SMART PHOTO DIGEST

Das Magazin für moderne Fotografie

VISUELL

SMARTPHONE-FOTOS VERKAUFEN:

Alle Microstock-Anbieter

Die besten Foto-Social Networks

WORKSHOPS:

Langzeitbelichtung

Tethered Shooting

IM TEST:

Nokia Lumia 1020

HTC One + Sony DSC-QX100

01_2014
ISSN 2198-4611
Deutschland 5,90 €
Österreich 6,80 €
Schweiz 10,50 CHF

– Anzeige –

Available on the App Store

Available in Android Market

WARST DU DABEI?
DANN VERKAUFE DEINE BILDER AN DIE PRESSE!

I samarbete med

metro

Scoopshot hat eine neue spannende App, die Dich zum Pressefotografen macht. Lade die App kostenlos herunter und spannende Presseaufträge warten auf Dich. **www.scoopshot.com**

scoopshot

Your photo, a better world.

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

Smartphone-Fotografie ist ein Geschäft geworden. Die Bilder, die man mit einem Handy heute machen kann, haben genug Auflösung, um Zeitschriftencover, Broschüren und vieles mehr zu zieren. Der Microstock-Markt trägt dieser Entwicklung Rechnung. Mehr und mehr Agenturen sind gezielt auf der Suche nach Smartphone-Fotos. Apps machen das Hochladen zum Anbieter kinderleicht und eventuell klingelt bald darauf die Kasse. Mehr dazu auf Seite 28.

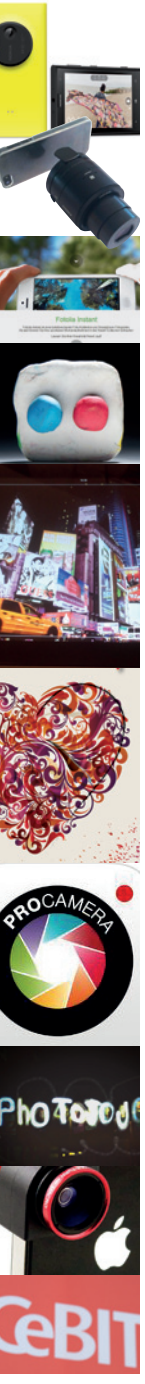
Wer nicht nur auf die Bildarchive setzen und sich ergänzend als Fotograf selbst vermarkten will, findet in sozialen Netzwerken alle Möglichkeiten dazu. Wir stellen geeignete Dienste und Plattformen im Social Web vor. Mehr dazu auf Seite 34.

Endlich haben wir es auch geschafft, unseren Fotowettbewerb aus der ersten Ausgabe auszuwerten. Die Menge der Einsendungen hat uns positiv überrascht. Ab Seite 86 finden Sie die Gewinnerbilder.

Auch zu dieser Ausgabe freue ich mich auf Ihre Kritik. Schreiben Sie mir Ihre Meinung: ts@smart-photo-digest.de

Ihr Timo Stoppacher

INHALT



SMARTPHONES

Nokia Lumia 1020 im Test 6
HTC One im Test 15
Das Smartphone-Objektiv Sony DSC-QX100 20
Kurztest iPhone 5S 25

TITELTHEMA

Geld verdienen mit Smartphone-Fotos 28
Soziale Netzwerke für Fotografen 34
Digitale Fotobücher gestalten 46
Kleinvieh macht auch Mist 56

WORKSHOPS

Tethered Shooting mit dem Smartphone 62
Vom Handy aufs Handy: eigene Hüllen kreieren 70

APPS

Langzeitbelichtungen mit dem Smartphone 74
Procamera Update 77

FOTOGRAFIE

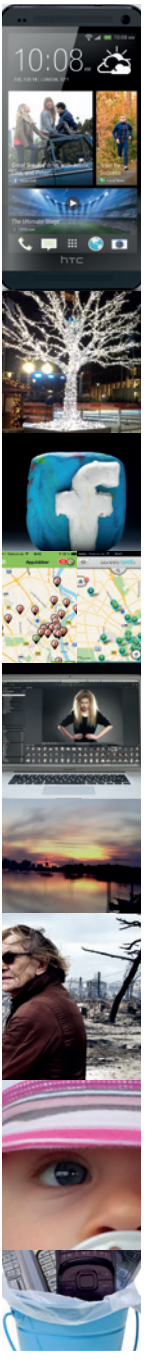
Projekt #Sandy 78
Unser Fotowettbewerb 86
Fotografieren neu lernen 94

WIRTSCHAFT

Längst kein Elektroschrott 96

SERVICE

Editorial 3
News 6
Impressum 140
Vorschau 100



+++ NEWS +++

INSTAGRAM UND VINE JETZT AUCH FÜR WINDWOWS PHONE

(ts) Die Kurzvideo-App Vine, die wir in der letzten Ausgabe vorgestellt haben, ist jetzt auch für Windows Phone erhältlich. Gleiches gilt für die beliebte Foto-App Instagram, mit der sich ebenfalls kurze Videos drehen lassen. Beide Apps gibt es im Windows Phone Market kostenlos.

OBJEKTIVAUFSATZ FÜRS IPHONE

(up) Olloclip hat ein 3-in-one Linsensystem zum komfortableren Fotografieren mit iPhones der vierten und fünften Generation entwickelt. Es wird über die obere rechte Ecke des Smartphones gesteckt, zwischen den drei damit bereits befestigten Linsen kann dann einfach gewechselt werden. Der eher enge Bildwinkel der iPhone-Kamera wird erweitert durch die Wide-Angel-Linse, diese erzeugt ein Bild mit kürzerer Brennweite. Wer gerne Nahaufnahmen macht, wird von der Makro-Linse nicht enttäuscht sein.
Sehr interessante Effekte liefert die Fish-Eye-Linse. Sie ist am besten geeignet für lustige Verzerrungen und extreme Weitwinkelaufnahmen, allerdings schafft sie nicht den vollen Bildkreis. Das Objektiv ist für ca. 70 Euro erhältlich.

NEUER DRAHTLOSER FLASH-SPEICHER

(ts) Sandisk hat Anfang Januar auf der CES die 64 GB-Version des SanDisk ConnectTM Wireless Flash-Laufwerks vorgestellt. Mit dem ca. 100 Euro teuren Gerät können Smartphone-Fotografen ihre Bilder drahtlos sichern, ohne den Speicher des Smartphones zu belasten.

EIFERSÜCHTIG AUFS SMARTPHONE

(up) Jeder vierte Deutsche ist eifersüchtiger auf das Smartphone des Partners als auf einen möglichen Nebenbuhler. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von TMS Emnid. Demnach ist die Eifersucht bei den unter 30-Jährigen am größten. Etwa 40 Prozent der jungen Leute sind vor allem eifersüchtig auf die Zeit, die sich ihr Partner mit dem Smartphone beschäftigt. Die Umfrage hat nicht ermittelt, wie viele Paare sich wegen dem Smartphone schon getrennt haben.

face to face
Agentur GmbH
Möchten Sie mit Ihren Smartphone Fotos / Videos GELD verdienen ?
Dann schicken Sie mir eine Mail oder rufen mich an.
michael.wiese@facetoface.de oder 040 -2390960

IM TEST: DAS NOKIA LUMIA 1020

Mit bis zu 41 Megapixeln macht das neue Nokia Lumia 1020 beeindruckende Fotos, leistet sich aber einige kleine Schwächen.

von Manou Wahl

Im Fokus der vereiste Grashalm, man erkennt sogar die Eiskristalle und Wassertropfen brillant scharf.

Heute ist ein ganz besonderes Handy im Test, nach dem Lumia 925 war die Spannung und Erwartung an das neue Flaggschiff von Nokia dementsprechend hoch. Ähnlich wie das letzte Modell besitzt das 1020 ein großes AMOLED-Display, im Inneren arbeiten ein 1,5 Gigahertz schneller Snapdragon-S4-Prozessor mit zwei Kernen und zwei Gigabyte Arbeitsspeicher. Die Darstellung der Farben ist natürlich, Farbsättigung und Farbtemperatur können aber nach Bedarf über die Farbprofile nach justiert werden. Das Smartphone ist mit einem internen Speicher von 32 Gigabyte erhältlich, der Speicher ist ausreichend, wenn man regelmäßig seine Fotos ablädt und löscht, denn vor allem die Fotos der 41-Megapixel-Kamera entpuppen sich als echte Speicherfresser. Pro Foto kann man mit elf bis dreizehn Megabyte zusätzlich verbrauchtem Speicherplatz rechnen. Die Kamera ist nicht für Schnappschüsse geeignet, da sie eine relativ hohe Ladezeit hat, daran sollte noch gearbeitet werden. Wer gerne viel fotografiert, sollte sich unbedingt einen Zusatzakku besorgen, denn nach 5 Stunden Einsatz ist der Akku erschöpft. Ein weiteres Manko sind die vielen Apps, mit denen man die Kamera bedienen kann. Die richtige zum richtigen Zeitpunkt zu öffnen, erweist sich zumindest am Anfang als recht schwierig, denn es gibt viele Mög-

Im Fokus nun die beiden Pilze, Hintergrund ist unscharf. Solche Aufnahmen lassen sich mit herkömmlichen Smartphone- und Kompakt-Kameras nur schwer realisieren, hier greift der Fotograf zur DSLR. Alle Fotos sind unbearbeitet, das Ergebnis spricht für sich!

lichkeiten, die Kamera optimal einzustellen. Mit der Zeit bekommt man allerdings Routine, das spiegelt sich in der Qualität der Fotos wieder.

PUREVIEW-KAMERATECHNIK

Auch bei diesem Modell von Nokia kommt die PureView-Kameratechnik wieder zum Einsatz, Nokia setzt abermals zur Bildstabilisierung auf einen Backside-Illuminated-Sensor (ein rückseitig belichteter Sensor der neuesten Generation, BSI), um kleinere Sensorflächen zu kompensieren. Mit der BSI-Technik werden Lichtverluste vermieden und die Lichtausbeute kann sogar gesteigert werden, da die Lichtempfindlichkeit bei diesen Sensoren wesentlich höher als bei CMOS-Sensoren ist. Das bedeutet in der Praxis kürzere Verschlusszeiten und schärfere Fotos, da das Verwackeln

minimiert wird. Die technische Innovation steht für eine deutliche Verbesserung der Bildqualität bei schlechtem Licht. Eine weitere Option, die das Verwackeln fast unmöglich macht, ist die Entkoppelung des gesamten Kameramoduls vom Smartphone Chassis. Kleine Servomotoren wirken mithilfe von Gyroskopsensoren Bewegungen entgegen.

Das PureView-Oversampling macht die sensationellen Fotos des Lumia 1020 erst möglich und deklassiert die Konkurrenz, denn beim großen Sensor werden sieben

Pixel zu einem Pixel zusammengerechnet. Man erhält ein 5 Megapixel Foto mit der Informationstiefe eines 41 Megapixel-Foto. Das Ergebnis sind knackig scharfe Fotos, auch im Detail, aus diesem Grund ist der Zoom deutlich besser als die Zoomfunktion herkömmlicher vergleichbarer Smartphones.

NICHTS KOMMT SO NAH

Die Zoomfunktion der Kamera ist beeindruckend. Das Lumia 1020 zeigt auch Detailschärfe in der Ferne und holt sie brillant nah. Oft werden beim Zoomen Details sichtbar, die man zuvor auch nicht wahrgenommen hatte.

Auch Porträtaufnahmen von Tieren lassen sich aufgrund der Serienfunktion detailreich und scharf verwirklichen.

Diese Fotos sind unbearbeitet! Eine beachtliche Leistung für ein Smartphone!

PROFESSIONELLES FOTOGRAFIEREN MIT DEM LUMIA 1020

Für den Test wurde das Lumia 1020 beim professionellen Shooting eingesetzt. Bei diesem Shooting musste sich das Lumia 1020 in einer schwierige Lichtsituation beweisen. Aufbau des Shooting-Sets: Striplight Softbox, ein dimmbares Dauerlicht bis 3200 Kelvin und schwarzer Hintergrund, ansonsten kein Licht. Ziel war es beim ersten Shooting, eine erotische Stimmung zu erzeugen und mit dem Licht zu spielen. Das Licht sollte sanft berühren, ohne grell zu erscheinen. Bodybuilding, Power, Wellness, Inspiration und Balance unter einen Hut zu bringen und ausdrucksstark in Fotos wiederzugeben, war das Ziel. Diese Collage aus verschiedenen Fotos spiegelt perfekt die Rahmenbedingungen des Shootings wieder.

WICHTIGE APPS

Mittlerweile gibt es mehr und mehr Foto-Apps für Windows Phone. Wichtige Apps sind unter anderem Kreativstudio, Nokia Cinemagraph, Nokia Smart Cam, Nokia pro Cam und 6tag, die wir in der letzten Ausgabe bereits vorgestellt haben.

Nokia Glam Me

Nokia Glam Me ist eine App zum Erstellen von Selbstporträts, welche die vordere oder die Hauptkamera verwendet. Man findet jede Menge Möglichkeiten, die aufgenommene Porträtaufnahme zu verschönern.
Wenn eine App schon so benannt ist, sollte man sie an sich selbst mal testen...

Fantasia Painter

Die beste App für kreative Fotokünstler. Fantastische Funktionen überzeugen (HDR, SW-Umsetzung, Korrekturen des Fotos im Bereich Schärfe, Kontrast, Sättigung, Einfärbung bestimmter Bereiche). Diese App begeistert und bietet zur individuellen Bildbearbeitung über 30 Special-Effekte.(Colorize, Dark Dream, Mold, Recolor, Soft Light, Color Select, Shadow/Light Film, Text, Beauty Reveal, Stickers/Tattoo, Vignetten in verschiedenen Styles, Clone, Merge Image, Fix Blemishes, Change Background, Border/Collage und viele weitere künstlerische Filter wie Gradient Map, Ridge, Watercolor). Neben Landschaften lassen sich vor allem Gesichter und Körper ordentlich auffrisieren. Das Schöne daran ist, dass man alle Effekte individuell einstellen kann, ganz nach eigenen Vorstellungen. Gleich, ob der Künstler seinem Model mehr Muskeln und weniger Bauch (Mold) oder dem Gesicht ein neues Facelifting (Beauty Reveal, Shadow/Light Film) verpassen will, alles ist möglich. Gemalt wird dabei ganz einfach mit dem Finger, zum Zoomen kommt die typische Zweifinger-Geste zum Einsatz.

In Farbe und SW Umsetzung künstlerisch

ZUBEHÖR FÜR DAS LUMIA 1020

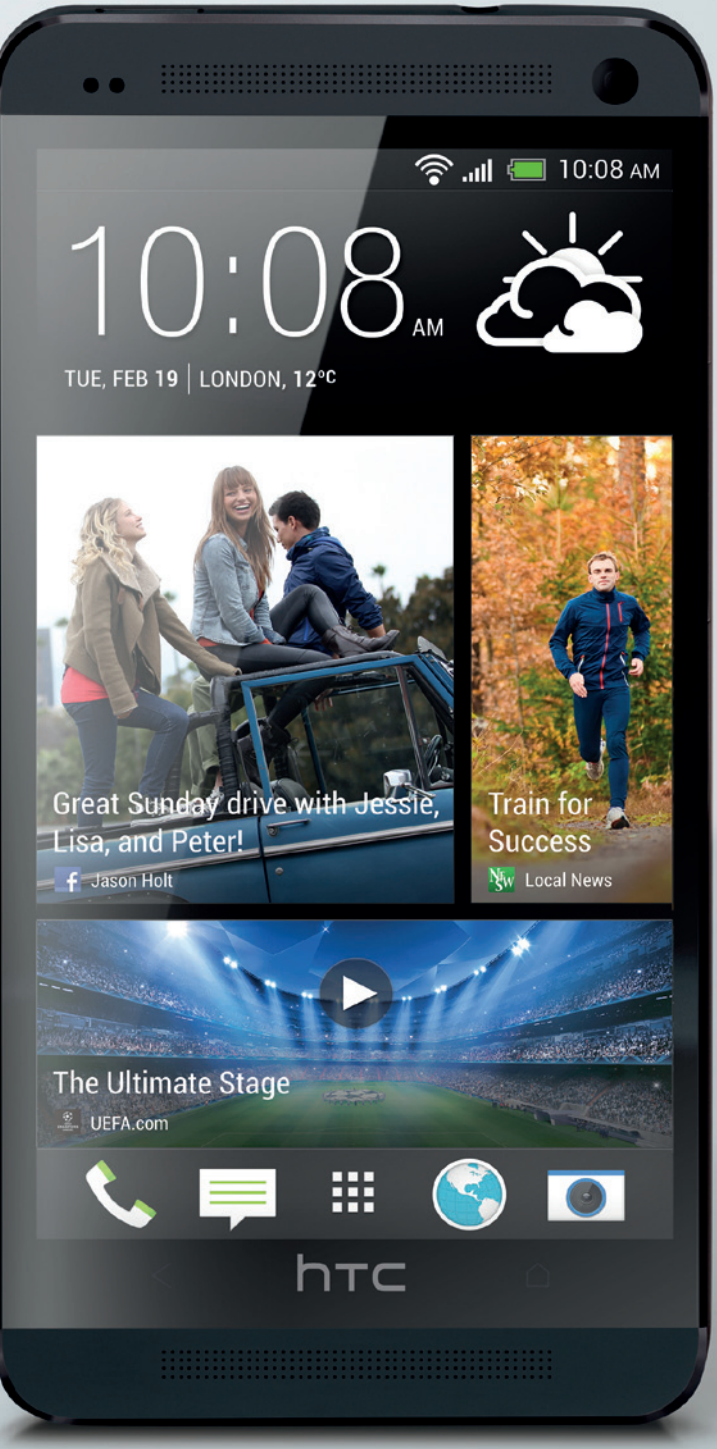
Nokia bietet eine Reihe von Accessoires für das Lumia 1020 an. Das wichtigste Accessoire ist eine Hülle, genannt Camera Grip. Diese Hülle verwandelt das Lumia 1020 in eine Kompaktkamera. Die Hülle bietet einen größeren Auslöserknopf, Stativanschluss und einen Zusatzakku mit einer Kapazität von 1.020 mAh.

Damit der Akku nicht nach einer Fotoserie in die Knie geht, erweist sich dieses Accessoire als äußerst nützlich, der Stativanschluss passt auf alle gängigen Stative, so gelingen auch Fotos mit längeren Belichtungszeiten.

FAZIT

Das Nokia Lumia 1020 ist sicherlich eine der besten Kamera-Smartphones am Markt. Bildqualität und Funktionalität sind auf dem Niveau einer Kompaktkamera bei vollem Leistungsumfang in Sachen Handlichkeit und Bedienkomfort. Wer mobil gerne fotografiert, ohne schweres Equipment mitnehmen zu müssen, und auf gute Fotos nicht verzichten will, ist mit dem Lumia 1020 gut bedient. Lediglich der Zusatzakku sollte nicht vergessen werden. Das Lumia 1020 ist für ca. 600 Euro ohne Vertrag erhältlich.

Mit dem Nokia Lumia 1520 ist bereits ein weiteres Nokia-Modell am Start, das eine ähnlich gute Kamera aufweisen soll. Das Lumia 1520 kann Bilddaten im RAW-Format aufnehmen. Wir stellen es in der nächsten Ausgabe vor.



IM TEST: DAS HTC ONE

Mit den Smartphones aus der One-Familie hält HTC Anschluss an die Konkurrenz. Drei Größen mit guter technischer Ausstattung und interessanten Funktionen sprechen eine breite Käuferschicht an. Wir haben das HTC One in der „Standardgröße“ getestet.

von Timo Stoppacher

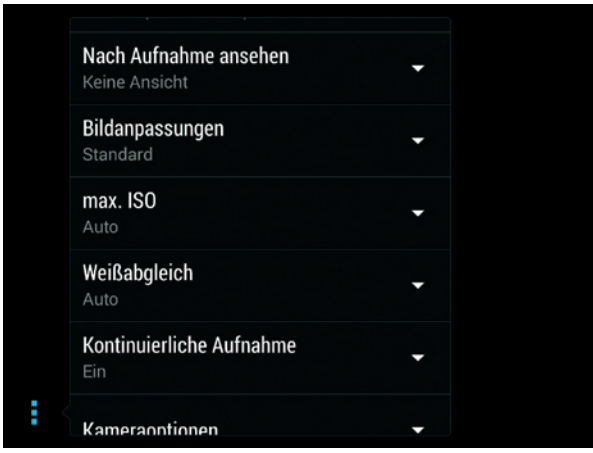
HTC macht es der Konkurrenz nach: Ein erfolgreiches Modell wird gleich noch in zwei weiteren Größen auf den Markt gebracht. So auch beim HTC One, das zusätzlich als „mini“ mit 4,3 Zoll-Display (und damit gar nicht so klein) und als „max“ mit einem 6 Zoll-Display verfügbar ist. Das Standardgerät hat ein 4,7 Zoll-Display. Mit Ausnahme der „mini“-Version haben die Bildschirme Full-HD-Auflösung.

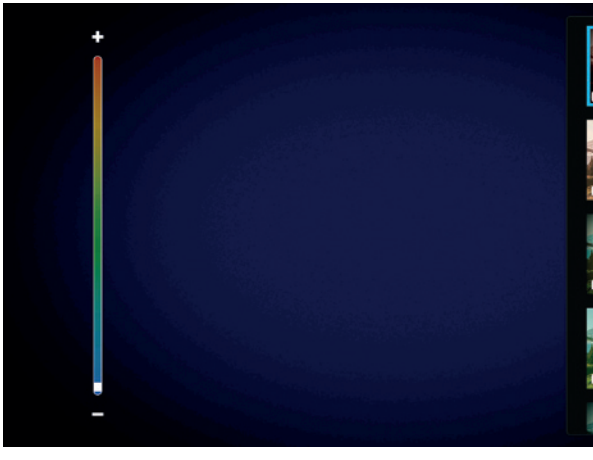
Weitere technische Unterschiede zeigt die Tabelle auf Seite 19. Auf allen Geräten läuft derzeit Android 4.3 oder ist als Update verfügbar. Updates auf die Version 4.4 sind angekündigt (Stand Januar 2014). Über dem Android-System liegt die Benutzeroberfläche HTC Sense. Alle Geräte beherrschen die gängigen Mobilfunkstandards und insbesondere die Unterstützung für alle LTE-Frequenzen.

KAMERA: KEINE WÜNSCHE OFFEN

Alle drei Geräte verfügen über den gleichen Chip in der Kamera mit 4,1 Megapixel, 2,0 µm Pixelgröße und 1/3 Zoll Sensorgröße. Die Kameras haben eine F2.0-Blende und ein 28-mm-Objektiv. Die „mini"-Variante hat keinen optischen Bildstabilisator, der in den anderen Geräten über zwei Achsen arbeitet. Laut HTC gleich der Bildstabilisator Neige- und Drehbewegungen der Kamera bis zu 2.000 Mal pro Sekunde aus.

Bleibt der Auslöser gedrückt, macht das HTC One bis zu 20 Bilder am Stück. Die Kameraeinstellungen lassen keine Wünsche offen: Automatische Aufnahmemodi für Portraits, Landschaften, Gegenlicht und einige mehr sind ebenso möglich wie die manuelle Anpassung aller wichtigen Parameter: ISO, Weißabgleich, Belichtung, Kontrast, Sättigung und Bildformat. Schon während der Aufnahme können Bilder mit diversen Effekten versehen werden, die zum Teil in der Intensität noch angepasst werden können. Besonders bei Nachtaufnahmen spielt das HTC One seine Stärke aus. Selbst bei schwierigen Lichtverhältnissen lassen sich gestochen scharfe Bilder machen.



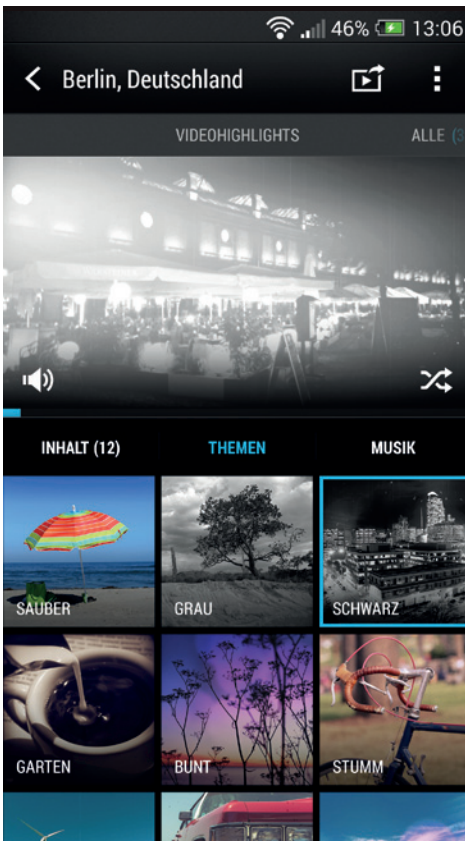


Die Kameraeinstellungen lassen keine Wünsche offen.

Der Blitz ist durchdacht: Während andere Geräte stur einfach einen LED-Blitz auf das Motiv schicken, sorgt hier der Smart Flash für gute Ausleuchtung. Dabei passt sich der Blitz an den Abstand zum Motiv in fünf Stufen an.
Videos können auf allen Geräten in Full-HD-Auflösung aufgenommen werden. Zeitlupenvideos und Zeitraffervideos sind ebenfalls möglich.

INTERESSANTE GALERIE

Das Betrachten der Fotos auf dem Gerät selber ist richtig schön gelöst. Die HTC-App Alben sortiert die Bilder zum Beispiel nach Ereignissen und Standorten. In der Übersicht gibt es ein wechselndes Titelbild und eine Vorschau der anderen Bilder. Tippt man auf das Titelbild, startet automatisch eine mit Musik unterlegte Diashow des ganzen Albums. Die Diashows selbst lassen sich mit Themen gestalten, sodass beim Anzeigen der Bilder automatisch Filter und die passende Musik genutzt werden. So wird mit „Schwarz“ aus den Fotos ein düsteres schwarz-weiß-Movie. Jede Diashow lässt sich auch als Film speichern und zum Beispiel gleich zu YouTube hochladen. Bilder von Facebook und Flickr lassen sich so ebenfalls anzeigen. Unterstützte Protokolle wie DLNA erlauben die Präsentation auf Monitoren und Fernsehern.



Die Galerie macht die Präsentation der Aufnahmen sehr einfach

Ob bei Tag oder Nacht:
Das HTC One überzeugt durch gestochen scharfe Bilder.

NICHT SO SCHÖN

Es gibt nicht viel am HTC One auszusetzen. Größtes Manko ist der Akku, dabei weniger die Kapazität als die Tatsache, dass er nicht gewechselt werden kann. Geht der Akku irgendwann dauerhaft in die Knie, ist guter Rat teuer. Reparaturdienste beschweren sich außerdem, dass das Gerät auch sonst kaum auseinanderzunehmen ist.
Leider gibt es auch keinen Slot für eine weitere Speicherkarte. Vielknipser müssen mit dem 32 Gigabyte internen Speicher also haushalten oder auf externe Speicherlösungen setzen. Ungewöhnlich, aber auch nicht weiter tragisch: der Micro-USB-Anschluss ist um 180 Grad gedreht verbaut. Das erfordert Umdenken beim Anschließen. Und nur als Hinweis: Wie die meisten neuen Modelle benötigt auch das HTC One Micro-SIM Karten

FAZIT

Das HTC One macht sehr gute Bilder, die sich nicht verstecken müssen. Professionelle Kameraeinstellungen und eine gute Bildverwaltung machen das HTC One zu einer der besten derzeit erhältlichen Smartphone-Kameras mit Android.

DETAILS	HTC ONE	HTC ONE MAX	HTC ONE MINI
Abmessungen	137,4 x 68,2 x 9,3 mm	164,5 x 82,5 x 10,29 mm	132 x 63,2 x 9,25 mm
Gewicht	143 g	217 g	122 g
Display	4,7 Zoll	5,9 Zoll	4,3 Zoll
Speicher	32 GB	16 oder 32 GB	16 GB
Akkukapazität	2300 mAh	3300 mAh	1800 mAh
Kameraeigenschaften			
BSI-Sensor, 2,0 µm Pixelgröße, 1/3" Sensorgröße	x	x	x
f/2.0-Blende und 28-mm-Objektiv	x	x	x
Optischer Bildstabilisator	x	x	-
Smart Flash	x	x	x
Fotoauflösung	4,1 MP	4,1 MP	4,1 MP
Videoauflösung	1080p-Full-HD	1080p-Full-HD	1080p-Full-HD
Fotoauflösung Frontkamera	2,1 MP	2,1 MP	1,6 MP
Videoauflösung Frontkamera	1080p-Full-HD	1080p-Full-HD	720p
Alben mit Video-Highlights	x	x	x
Serienaufnahme und VideoPic	x	x	x
Zeitlupen-Videoaufnahme und Wiedergabe mit variabler Geschwindigkeit	x	x	x
Preis ca.	470 €	650 €	370 €

Objektiv und Smartphone müssen nicht zwangsläufig verbunden sein.

DAS SMARTPHONE -OBJEKTIV: SONY DSC-QX100

Smartphones sollen immer schmal und leicht sein, da haben es die Hersteller oft nicht leicht, eine gute Optik unterzubringen. Wenn es dann noch ein optischer Zoom sein soll, müssen die meisten passen. Sony geht hier einen neuen Weg, indem es ein externes Objektiv gebaut hat, das sich einfach per Funk mit beinahe jedem Smartphone verbinden lässt.

von Timo Stoppacher

Auf der IFA hat Sony ein interessantes Konzept in der Cyber-shot-Produktreihe vorgestellt. Die neuen Geräte dieser Reihe sind externe Objektive, die nicht den Beschränkungen des einzelnen Smartphones unterworfen sind. Bislang sind zwei unterschiedliche Objektive am Markt.

Das DSC-QX10 hat 18 Megapixel und einen 10-fach optischen Zoom. Das DSC-QX100 hat 20 Megapixel und einen 3,6-fachen optischen Zoom, dafür aber eine Optik von Carl Zeiss. Das Grundprinzip beider Modelle ist gleich. Die Objektive verfügen über Stege zum Ausklappen, mit denen sie am Smartphone befestigt wer-

In der Akku-Abdeckung finden sich die Zugangsdaten.

den können. Da einer der Stege variabel ist, passen sie auf beinahe jedes Modell. Genauso gut können die Objektive auch auf einer ebenen Fläche abgelegt werden. Da die Steuerung über Funk funktioniert, ist keine physische Verbindung nötig. Beide Modelle haben auch ein Gewinde und können wie beim Tethered Shooting (siehe auch Seite 62) auf mehrere Meter Entfernung ausgelöst werden.

Die Objektive werden über WLAN mit dem Smartphone verbunden. Sobald das Objektiv eingeschaltet ist, baut es ein eigenes WLAN auf, mit dem Sie Ihr Smartphone zunächst verbinden müssen. Beachten Sie, dass ein Smartphone nur mit einem WLAN verbunden sein kann. Internetverbindungen sind dann nur über das Mobilfunknetz möglich. Wer das Objektiv unterwegs einsetzt, wird in der Regel sowieso nicht mit einem WLAN verbunden sein. Die Zugangsdaten für das WLAN des Objektivs finden Sie in der Abdeckung des Akkus,

Alle Einstellungen für die Aufnahme werden in der App PlayMemories Mobile gemacht.

der unter der Abdeckung für die Aufsteck-Stege zu finden ist. Damit das Smartphone das Objektiv findet, muss das Objektiv zunächst eingeschaltet werden.

DIE APP ZUR STEUERUNG

Wer über ein NFC-fähiges Smartphone verfügt, kann die Geräte so koppeln, dass die WLAN-Verbindung automatisch hergestellt wird, sobald das Objektiv aufgesteckt wird. iPhone-Nutzern steht diese Möglichkeit nicht zur Verfügung, da iPhones derzeit keinen NFC-Chip haben. Zur Steuerung muss auf dem Smartphone die App PlayMemories Mobile installiert werden, die für iPhones und Android-Geräte erhältlich ist. Derzeit können Windows Phone-Nutzer die Sony-Objektive nicht nutzen.

Die App selbst erlaubt sämtliche Einstellungen des Objektivs, denn an diesem selbst könne Sie nichts einstellen. Zwar hat das Objektiv einen Auslöser und den Zoomschalter, aber das Ergebnis können Sie nur auf dem Smartphone kontrollieren. So gibt die App Auskunft über den verwendeten Bildmodus, kann zoomen und natürlich auslösen. Die Bilder werden dann gleich im Bilderordner des Smartphones abgelegt und können direkt aus der App geteilt werden.

VORTEIL: MEHR SPEICHER, MEHR AKKU

Beide Modelle haben einen Slot für eine Speicherkarte. Das kann entweder ein Memory Stick Micro oder eine microSD-Speicherkarte

Hier wurde das Motiv einmal mit der Kamera des iPhone 5 (links) herangezoomt. Da es sich nur um einen digitalen Zoom handelt, ist das Ergebnis entsprechend grob. Der Zoom des DSC-QX100 vergrößert zwar nicht ganz so stark, liefert dafür das bessere Ergebnis, da er optisch arbeitet.

sein. Das ist besonders praktisch, wenn viele Bilder oder längere Videoaufnahmen entstehen sollen. Zum einen wird dann der (oft begrenzte) Speicherplatz im Smartphone selbst nicht gebraucht. Zum anderen müssen die Aufnahmen nicht in hoher Auflösung an das Smartphone übertragen werden, das spart bei beiden Geräten Akkulaufzeit. Der Akku lässt sich wechseln.

NACHTEIL: STARKE ARME BENÖTIGT

Grundsätzlich ist es keine schlecht Idee, die Objektive getrennt vom Smartphone zu benutzen: Sie sind schwer – jedenfalls im Vergleich. Das DSC-QX10 wiegt ca. 100 Gramm, das DSC-QX100 ca. 170 Gramm. Damit sind sie ungefähr genauso schwer wie die meisten Smartphones. So wiegt ein iPhone 5 ca. 130 Gramm. Ein auf das Smartphone aufgesteckt-tes Objektiv sorgt dafür, dass man fast das doppelte Gewicht in den Händen hält, außerdem rutscht der Schwerpunkt deutlich nach vorne. Eine längere Fotosession macht sich dann recht bald in den Armen bemerkbar.

DIE BILDER

Alle technischen Spielereien nutzen natürlich nichts, wenn die Qualität der Bilder nicht gut ist. Uns stand ein DSC-QX100 zum Test zur Verfügung. Die Bilder konnten uns überzeugen. Satte Farben, gute Helligkeitsverteilung und die Zoom-Qualitäten kombiniert mit den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten machen die Cyber-shot-Objektive zu einer Alternative,

Auch bei Aufnahmen im Dunkeln kann das DSC-QX100 überzeugen. Die Straßenszene einmal mit dem iPhone 5 aufgenommen (links) und mit dem Cyber-shot-Objektiv (rechts).

wenn Bilder entstehen sollen, die besser sein müssen als die des Smartphones selbst. Die im Vergleich zu einer normalen Kamera leichten Objektive lassen sich überall mit hinnehmen und bei Nichtgebrauch in der Tasche verstauen. Einziges Manko ist in unseren Augen der fehlende Blitz. Wenn das Objektiv auslöst, bleibt der Smartphone-Blitz dunkel. Angesichts des recht hohen Preises von 350 Euro (Straßenpreis) für das DSC-QX100 ist es schade, dass es für dieses Konzept noch keine Lösung gibt. Das DSC-QX10 ist für 150 Euro erhältlich.

	DSC-QX100	DSC-QX10
Optischer Zoom	3,6x Zoom (Foto und Film)	10x Zoom (Foto und Film)
F	F1.8 (W) -4,9 (T)	F3,3 (W) – 5,9 (T)
Brennweite (f=) (mm)	f = 10, 4 – 37,1 mm	f = 4,45 – 44,5 mm
Brennweite (f=) (umgerechnet auf 35-mm-Kleinbild)	F=28-100 mm (Foto 4:3-Modus)	F=25-250 mm (Foto 4:3-Modus)

Technische Details der Objektive. Quelle: Sony

iPhone 5

iPhone 5S

KURZTEST: IPHONE 5 VS. IPHONE 5S

Schon in der letzten Ausgabe haben wir das neue iPhone 5S vorgestellt, das Apple im September auf den Markt gebracht hat. Als wir es jetzt in den Händen halten konnten, hat uns natürlich die Kamera ganz besonders interessiert. Mit einer unveränderten Auflösung von 8 Megapixeln, aber einem vergrößerten Sensor versprach Apple bessere Bilder. Das Versprechen wurde gehalten, wie unsere Vergleichsbilder zeigen.

Das Bild links wurde mit einem iPhone 5 aufgenommen, das rechte mit einem iPhone 5S. Insbesondere der leuchtende Baum als Lichtquelle konnte vom iPhone 5S wesentlich besser erfasst werden. Die Bilder entstanden auf einem Kölner Weihnachtsmarkt.

microstock EXPO 2013

SMARTPHONE-FOTOS VERKAUFEN

212 Teilnehmer aus 37 Ländern kamen am 16. und 17. November nach Berlin, um an der Microstock-Expo teilzunehmen, einem der weltweit größten Kongresse der Fotobranche.

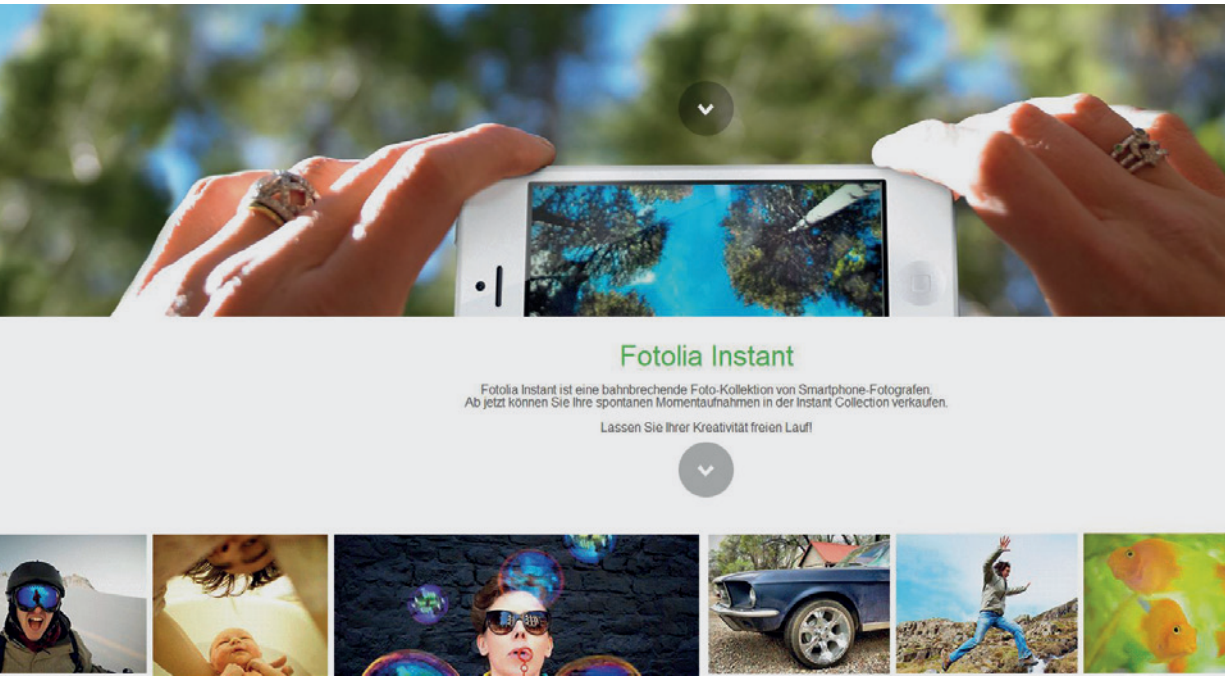
(up) Die Veranstalter Amos Struck und Lee Torrens hatten neben Workshops und Diskussionsrunden auch das Thema „Mobile Stock“ auf die Tagesordnung gesetzt, also das Fotografieren und Bereitstellen von Fotos, die mit dem Handy oder Smartphone gemacht worden sind. Vertreter von Bild-Agenturen diskutierten Herausforderungen und Möglichkeiten des neuen Geschäftsmodells. Einer der Topseller der Branche, Yuri Arcurs, glaubt nicht, dass die Smartphone-Fotografie

Geld verdienen mit Smartphone-Fotos **Seite 28**
Soziale Netzwerke für Fotografen **Seite 34**
Digitale Fotobücher gestalten **Seite 46**
Kleinvieh macht auch Mist **Seite 56**

die herkömmliche Fotografie jemals ablösen wird. Allerdings sei es in Zukunft nicht mehr notwendig, Fotografen für Shootings rund um die Welt zu schicken. Hier könnten Smartphone-Fotografen in Zukunft verstärkt aktiviert werden, beispielsweise durch Apps, die die Agenturen zur Verfügung stellen. Über sie können Fotografen auf der ganzen Welt beauftragt werden, bestimmte Bilder zu machen, die dann bereits nach wenigen Minuten im Internet abrufbar sind. Agenturen wie „The World of Pictures“ (TWOP) oder „Scoopshot“ arbeiten nach diesem Prinzip. Auch Yuri Arcurs setzt auf dieses Geschäftsmodell und hat mehr als eine Million Dollar in „Scoopshot“ investiert.

David Los von der Agentur „foap“ betonte denn auch den Authentizitätsaspekt, den lokalen Aspekt und den zeitlichen Aspekt der Smartphone-Fotografie, die vor allem für die Printmedien interessant sind. Die Chance, dass ein mit herkömmlichen Mitteln arbeitender Fotograf zufällig an einem medial interessanten Ereignis vorbeikommt, ist relativ gering. Dagegen ist die Wahrscheinlichkeit sehr viel höher, dass dort jemand aber sein Handy dabei hat. Petri Rahja von „Scoopshot“ analysierte, dass Medien sich voneinander unterscheiden wollen und Smartphone-Fotografen auch in dieser Hinsicht im Vorteil sind. Ein Problem besteht aber nach wie vor bei der Qualität der Bilder. Trotz aller technischen Fortschritte, die die Smartphone-Fotografie in den letzten Jahren gemacht hat – bei schlechten Lichtbedingungen oder zu weiter Entfernung kann ein Handy nach wie vor nicht mit einer guten Kamera mithalten.

Einen ausführlichen Bericht zur Microstock-Expo finden Sie auch auf Seite 124 (VISUELL-teil).

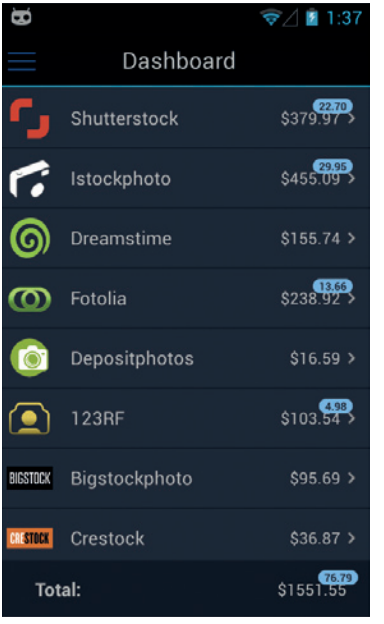


GELD VERDIENEN MIT SMARTPHONE-FOTOS

Fotografieren Sie regelmäßig mit Ihrem Smartphone? Dann verdienen Sie doch Geld mit Ihren Fotos. Wir stellen Ihnen interessante Micro-Stock-Agenturen vor, über die Sie Ihre Bilder anbieten können, und verraten, was Sie bei der Motivauswahl und der technischen Umsetzung beachten sollten.

von Markus Siek

Fotolia bietet mit Fotolia Instant eine eigene Rubrik für Smartphone-Fotos



Mit der App von Microstock haben Sie stets im Blick, wie viele Bilder Sie aktuell über die Agenturen verkauft haben

Halten Sie auch unterwegs stets die Augen offen, um spannende Fotomotive zu entdecken, die Sie mit Ihrem Smartphone aufnehmen können? Wenn ja, dann werden sich auf Ihrer Speicherkarte sicherlich schon Tausende Fotos befinden. Angefangen von skurrilen Alltagssituationen, über gewöhnliche Gegenstände aus ungewohnten Perspektiven bis hin zu zufälligen, sehenswerten Schnappschüssen. Die meisten dieser Bilder fristen ihr Dasein später ausschließlich auf der Speicherkarte, manche werden zumindest noch in den sozialen Netzwerken Freunden und Bekannten präsentiert. Warum nutzen Sie aber Ihr ständig wachsendes Fotoarchiv nicht, um damit Geld zu verdienen?

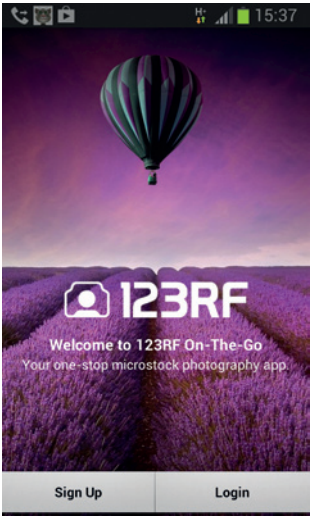
DER BEGRIFF MICROSTOCK

Dank des Internets ist es für Hobbyfotografen so leicht wie nie zuvor, ihre eigenen Aufnahmen anderen zum Kauf anzubieten. Möglich machen dies die so genannten Microstock-Agenturen. „Stock“ leitet sich dabei von „have in stock“, „auf Vorrat haben“ ab. Gemeint ist damit, dass Fotografen hier ohne einen speziellen Kundenauftrag arbeiten, stattdessen eigene Bilder ihrer Wahl erstellen und Kunden zu Kauf anbieten. „Micro“ deshalb, weil die Fotos in der Regel nur für wenige Euros angeboten werden. Je nach gewünschter Auflösung bekommen die Kunden hier Bilder schon für unter einem Euro.

SPEZIELL FÜR SMARTPHONE-FOTOGRAFEN

Microstock-Agenturen gibt es im Internet reichlich. Speziell für Smartphone-Fotos konzipiert sind dabei zum Beispiel die Portale Twenty20 (http://twenty20.com/ – nur iPhone), Scoopshot (http:// www.scoopshot.com/ – iPhone & Android), bei denen Sie Ihre Fotos direkt via App hochladen und zum Verkauf anbieten können. Twenty20 ist dabei ausschließlich für Instagram-Fotos konzipiert.

Die finnische Bildagentur Scoopshot verkauft ausschließlich Smartphone-Fotografien



Rund 24 Millionen Smartphone-Fotos befinden sich bereits in der Datenbank von 123RF

Neben diesen beiden Portalen, die sich nur an Smartphone-Fotografen richten, sind auch die Agenturen Fotolia (http://de.fotolia.com/ – nur iPhone) und 123RF (http://de.123rf.com/ – iPhone & Android) sehr interessant. Bei beiden können Sie nämlich neben dem klassischen Web-Upload auch via App Ihre Bilder direkt vom Smartphone hochladen. Bei Fotolia steht diese Option derzeit jedoch nur iPhone-Nutzern offen. Eine Android-App ist in Arbeit.

DIE GROSSEN BILDAGENTUREN

Wer mit seinen Fotos wirklich Geld verdienen möchte, sollte sich nicht nur auf die Agenturen beschränken, die sich speziell an Smartphone-Fotografen richten. Auch bei iStock (http://deutsch.istockphoto.com/), Clipdealer (http://de.clipdealer.com/), Digitalstock (http://www.digitalstock.de/) und Photocase (www.photocase.de) müssen Sie nicht zwangsläufig mit einer DSLR oder Systemkamera fotografieren, um Ihre Bilder anbieten zu dürfen. Allerdings müssen Sie sich bei manchen Anbietern zunächst mit Probeaufnahmen bewerben, bevor Sie freigeschaltet werden. Bei all diesen Anbietern können Sie Ihre Smartphone-Fotos zwar nicht bequem per App hochladen, wohl aber über die mobile Website.

WAS KANN MAN VERDIENEN?

Eine wichtige Frage für Smartphone-Fotografen ist natürlich die, ob sich der Aufwand überhaupt lohnt und mit welchen Einnahmen man rechnen kann. In der Regel bekommen Sie von den Agenturen einen prozentualen Anteil des Netto-Verkaufspreises als Honorar ausgezahlt. Dieser Verkaufspreis richtet sich nach der Art der erteilten Lizenz (zum Beispiel Beschränkung auf redaktionelle Verwendung oder eingeschränktes Bearbeitungsrecht) und der Auflösung. So werden für Web-Auflösungen von zum Beispiel 400x300 Pixel nur 0,50 Euro verlangt, während das Foto in der

Originalauflösung über 10 Euro kosten würde. Professionelle Fotografen rümpfen bei solchen Micro-Honoraren die Nase. Vor allem deshalb, weil ein Großteil der Millionen Bilder in der Datenbank so gut wie nie verkauft wird. Wenn man es richtig angeht, kann sich die Stockfotografie aber trotzdem lohnen!

SO LOHNT SICH DAS MODELL

Wer mit Microstockagenturen wirklich Geld verdienen will, muss vor allem drei Ziele erreichen. Motive fotografieren, die nachgefragt sind. Dafür sorgen, dass die eigenen Bilder in den Datenbanken von potenziellen Käufern gefunden werden. Und Fotos mit hoher Qualität erstellen. Vor allem der erste Punkt wird von zu wenigen Fotografen beachtet. So finden sich in den Bilddatenbanken Tausende Aufnahmen von Blumen, Landschaften oder Architektur. Nur werden solche Fotos nur selten gekauft. Wollen Sie mit Ihren Smartphone-Fotos Geld verdienen, sollten Sie sich zunächst vor Augen führen, wer die Käufer sind, die in Microstock-Datenbanken nach interessanten Aufnahmen suchen. Das sind vor allem Bildredakteure von Newsportalen, Blogger und Betreiber von Websites jeglicher Art, die ihre Texte bebildern wollen. Nach bunten Landschaftsaufnahmen suchen die nur selten.

GEFRAGTE AUFNAHMEN

Gefragt sind bei Microstockagenturen vor allem Aufnahmen, die flexibel für die Bebilderung von Texten verwendet werden können. Die Motive sollten deshalb zwar aussagekräftig, aber nicht zu speziell sein. Ein Beispiel: Jedes Online-Portal einer Regionalzeitung schreibt tagesaktuell über Einbrüche, Diebstähle und andere Delikte. Anstatt zu jedem dieser Tatorte aber einen eigenen Fotografen zu schicken, werden Stock-Fotos verwendet. Solche Motive, die täglich immer wieder nachgefragt werden, sollten Sie auf Ihre To-do-Liste setzen. Je unkonkreter Ihre Aufnahmen sind, desto besser. Fotografieren Sie das Blaulicht eines Polizeiwagens in Großaufnahme. Stellen Sie nach, wie jemand einem anderen die Brieftasche aus der Tasche zieht – ohne, dass man die Personen erkennt. Simulieren Sie einen Einbruch, indem Sie in Ihrem Bildausschnitt zeigen, wie jemand mit einem Stemmeisen ein Fenster aufhebeln will. Solche Fotos haben gute Chancen, hohe Download-Zahlen zu erreichen und damit trotz niedriger Honorare pro Bild zu attraktiven Einnahmen zu verhelfen.

NISCHEN BESETZEN

Natürlich lassen sich nicht alle Nachrichten im Web so leicht bebildern wie Einbrüche oder Diebstähle. Wirklich kompliziert wird es für die Käufer von Bildern, wenn sie sehr spezielle Themen bebildern wollen. Zum Beispiel „Suchmaschinenoptimierung“, „Entlassung“, „Steuererklärung“, „Abmahnung“, „Vertrag“ oder Ähnliches. Diese Liste ließe sich noch beliebig erweitern. Auch solche exotischen Themen können für Fotografen interessant sein. Zwar ist die Nachfrage hier nicht so hoch wie bei Mainstream-Themen, dafür treffen Sie auf so gut wie keine Konkurrenz in den Microstock-Agenturen. Sie müssen nur selbst kreativ werden, indem Sie überlegen, wie man Bilder

Solch ein Mini-Fotostudio ist perfekt geeignet, um freistellbare Produktfotos mit dem Smartphone aufzunehmen

kreieren könnte, die zu diesen Suchanfragen passen. Und hier gibt es eine Menge Möglichkeiten, die sich leicht umsetzen lassen.

MOTIVE MIT SCRABBLE UND CO.

Solche spezifischen Themen lassen sich durch eine klassische Motivauswahl nicht bebildern. Hier müssen Sie sich das Motiv selber schaffen. Und das geht einfacher, als man denkt. Ein beliebter Trick. Man nimmt sich eine alte Schreibmaschine und tippt den gesuchten Begriff einfach auf ein Blatt Papier. Das nimmt man in Großaufnahme auf, wobei die möglichst ansprechende Schreibmaschine die optische Umrahmung bietet. Ebenfalls möglich: Sie bilden den Begriff mit Scrabble-Steinen nach. Oder Sie schreiben ihn mit Kreide auf eine Tafel, mit einem Stift auf einen Flipchart oder mit wasserlöslicher Farbe auf eine Scheibe. Zugegeben: Diese Methode ist weder künstlerisch spannend noch fotografisch anspruchsvoll. Dafür aber effizient, denn Sie können auf diesem Weg viele Motive in einem Rutsch fotografieren. Achten Sie bei solchen Innenaufnahmen darauf, dass sich die Bilder dank einheitlichem, einfarbigen Unter- und Hintergrund möglichst leicht freistellen lassen. Mit einem Mini-Fotostudio mit Hohlkehle für unter 50 Euro und einem Smartphone lassen sich solche Bilder problemlos erstellen.

UNTERWEGS AUF MOTIVSUCHE

Wenn bei Ihnen nicht nur das Geld verdienen, sondern auch der Spaß an der kreativen Fotografie mit Ihrem Smartphone im Vordergrund steht, machen Ihnen solche Innenaufnahmen

mit Fließbandcharakter wahrscheinlich nur wenig Spaß. Natürlich ist es auch möglich, seine Aufnahmen zu versilbern, die unterwegs während des Alltags entstehen. Nur wird es selten funktionieren, mit einem zufälligen Schnappschuss nennenswerte Einnahmen zu generieren. Stattdessen macht es hier mehr Sinn, immer im Hinterkopf zu haben, welche Motive bei Käufern nachgefragt sein könnten. Das können zum Beispiel Promis sein, aktuelle Ereignisse oder auch besagte Aufnahmen, die passend zu vielen unterschiedlichen Themen verwendet werden können. Da man sein Smartphone eh immer dabei hat, sollte man stets die Augen offen halten, um solche Motive zu entdecken.

VERSCHLAGWORTUNG NICHT VERGESSEN

Wenn Sie es geschafft haben, Fotos aufzunehmen, die für eine breite Zielgruppe interessant sein könnten, ist der wichtigste Schritt schon geschafft. Nun folgt der nächste. Sie müssen dafür sorgen, dass Ihre Aufnahmen auch gefunden werden. Dafür ist es wichtig, bei der Verschlagwortung der Bilder sehr sorgfältig vorzugehen. Mit diesen Tags definieren Sie, unter welchen Suchbegriffen Ihr Bild gefunden werden soll. Hierbei sollten Sie natürlich nur passende Begriffe eingeben, aber sich keinesfalls nur auf wenige Tags beschränken. Suchen Sie nach Synonymen, ähnlichen Suchbegriffen, geben Sie Attribute ein, die zu Ihrem Bild passen. Verwenden Sie so viele Begriffe wie möglich, die Kunden suchen könnten, die sich für Ihr Bild interessieren. Nur die passende Kategorie auszuwählen, genügt hingegen nicht. Durch die klickt sich eh kaum ein Käufer.

HOHE QUALITÄT LIEFERN

Fehlt noch Punkt 3: die Bildqualität. Smartphones haben nach wie vor den Nachteil, dass sie im Vergleich zu Systemkameras und DSLRs deutlich kleinere Bildsensoren zur Verfügung haben. Das bedeutet, dass Sie das gestalterische Mittel der selektiven Schärfe als gestalterisches Werkzeug nur sehr eingeschränkt nutzen können. Für viele Motive ist das aber unerheblich, da Sie auch Aufnahmen mit hoher Schärfentiefe problemlos verwenden können. Wichtig ist jedoch immer darauf zu achten, dass Ihre Fotos ausgewogen belichtet und scharf sind und kein Bildrauschen aufweisen. Sind all diese Voraussetzungen erfüllt, können Sie mit der Stockfotografie einen attraktiven Nebenverdienst erzielen.

EINNAHMEN STETS IM ÜBERBLICK

Wer seine Smartphone-Fotos über Microstockagenturen verkaufen will, wählt meistens nicht nur eine Agentur aus, sondern bietet seine Fotos über mehrere Portale an. Warum auch nicht? Schließlich erreicht man so mehr potenzielle Kunden, und der Mehraufwand ist überschaubar. Damit Sie stets den Überblick behalten, welche Einnahmen Sie durch die einzelnen Kanäle aktuell erzielt haben, lohnt sich der Einsatz spezieller Apps. So zeigt Ihnen beispielsweise Microstockr (iPhone und Android 2,99 US-Dollar) aktuell, wie viele Bilder Sie jeweils verkauft und welches Honorar Sie gesammelt haben. iPhone-Nutzer können zudem die kostenlose App „Photo Sales“ als Alternative verwenden.

SOZIALE NETZWERKE FÜR FOTOGRAFEN

Soziale Netzwerke nehmen für Unternehmen und Privatpersonen einen immer größeren Platz im täglichen Leben ein und zeigen uns zugleich eines auf: Ohne Fotos würde es auf den meisten Netzwerken nur halb so spannend sein. Im Markt ist Bewegung und gewiss haben auch die Netzwerke erkannt, wie wichtig Fotos sind.

von Sandra Boerma

Fotos werden fortlaufend online geteilt. Bei Facebook sind gute Bilder enorm wichtig und bei Google+ sind nicht nur im digitalen Profil Fotos ein wesentliches Element. Fotografen konnten sich auf der Google+ Photographer's Conference in San Francisco im Mai 2012 umfangreich informieren, austauschen und bei gemeinsamen Photowalks auf kreative Entdeckungsreise gehen.
In einer Zeit, in der wir immer mehr online sind, wird visuelles Material immer wichtiger für uns – ein großer Vorteil für Fotografen. Für diese erweitern sich die Möglichkeiten erheblich, die eigene Arbeit breit gefächert zu präsentieren.

SOZIALE NETZWERKE IN DEUTSCHLAND

In Deutschland ist Facebook ganz klar das meistgenutzte Netzwerk. Nach einer Umfrage der Bitkom aus dem letzten Jahr sind über 50 Prozent der Deutschen bei Facebook an-

gemeldet. Danach folgt erst einmal sehr lange nichts. Stayfriends, Google+, Wer kennt wen, Xing und Twitter zeigen sich als weitere häufig genutzte Netzwerke – nach einigem Abstand für Nutzerzahlen und die Zahl der Anmeldungen.

Der Trend geht dabei zur mobilen Nutzung: Ein großer Prozentsatz der Nutzer verwendet mobile Endgeräte, um in sozialen Netzwerken unterwegs zu sein – 40 Prozent der Nutzer nutzen hierfür häufig das Smartphone und ca. 30 Prozent häufig einen Tablet Computer.

WELCHES SOZIALE NETZTWERK IST FÜR MICH DAS RICHTIGE

Soziale Netzwerke einzusetzen ist für viele Personen und Firmen gleichbedeutend mit der Einrichtung eines Accounts auf Facebook oder Twitter. Um wirklich einen Nutzen für sich aus sozialen Netzwerken zu ziehen, sollte jedoch die erste Frage im professionellen Bereich lauten: Was möchte ich erreichen und welche Netzwerke eignen sich mit welchen Inhalten besonders für meine Zwecke?

Jeder eingerichtete Kanal sollte qualitativ bestückt und gepflegt werden. Daher ist eine selektive Auswahl der einzelnen Kanäle ratsam, denn jedes Netzwerk benötigt auch einen zeitlichen Aufwand zur Pflege. Lieber langsam starten, Erfahrungen sammeln und dann nach und nach das Netzwerk erweitern.

Aber was kann ich als Fotograf mit sozialen Netzwerken erreichen? Zunächst einmal sind die sozialen Netzwerke in erster Linie sozial – sie bieten Austausch und Kontakte zu anderen Gleichgesinnten. Für Fachfragen bieten sich im eigenen Netzwerk oder auch in Gruppen immer Gelegenheiten, Antworten zu finden und über den neuesten Entwicklungen informiert zu bleiben. Offene Gespräche können hilfreich sein und zeigen oftmals neue Denk-

anstöße oder Tipps und Tricks auf. In einer offenen Herangehensweise an aktuelle Fragestellungen sehe ich mehr Vorteile als Nachteile.

Sichtbare Weiterempfehlungen des Angebotes aus dem eigenen Netzwerk könnten wesentlich zu einem angestrebten Wachstum beitragen. Einer Empfehlung oder Aussage von Freunden und nahen Verwandten traut der Mensch mehr als den Versprechen einer Firma. So geht es auch Kunden und potenziellen Kunden. Eine positive Aussage eines Auftraggebers (z.B. zu einem durchgeführten Auftrag) steht in einem ganz anderen Licht des Betrachters, verglichen mit den Anpreisungen des Fotografen in persönlichem Interesse.

Individuelle Ziele in den sozialen Netzwerken können zum Beispiel die folgenden sein:

- Aufbau eines verbesserten Kundenservices nah am Kunden
- Erhalten zusätzlicher Leads
- Sichtbare Erhöhung der Weiterempfehlungsrate
- Erhöhte und auf das eigene Angebot zugeschnittene Sichtbarkeit im Netz
- Ansprache neuer Märkte
- Involviert sein bei neuen Entwicklungen
- Neue Denkanstöße durch direkten Austausch

Um den eigenen Zeitaufwand auch wirklich lohnend ausschöpfen zu können, ist es sinnvoll, sich zunächst für die am besten passenden sozialen Netzwerke zu entscheiden.

Quelle: http://www.ethority.de/weblog/social-media-prisma/

SOCIA MEDIA IST NICHT „NUR“ FACEBOOK

Das Social Media Prisma von Ethority zeigt auf, wie vielfältig sich die soziale Online-Welt darstellt. Entgegen der Annahme mancher, dass es nur wenige soziale Netzwerke gäbe, zeigt sich in dieser Übersicht, welche Vielseitigkeit sozialer Netzwerke besteht: 500px, Pinterest oder die Fotocommunity kennen viele nicht, und dennoch haben sie ihre Spezialisierung und ihre Nutzerschaft. In der internationalen Version dieses Prismas gibt es sogar noch weitere Netzwerke.

EINE AUSWAHL WICHTIGER KANÄLE FÜR FOTOGRAFEN

Der Anbieter von Fotografie-Webseiten Photoshelter führt in seiner Umfrage „What buyers want from photographers 2013“ an, in welchen sozialen Netzwerken Lizenznehmer auf Fotografen aufmerksam geworden sind. Die Mehrzahl der befragten Personen aus Werbe- und Designagenturen, NPOs, redaktionellen Publikationen, Buchverlagen und Firmen entdeckte ein Fotografen-Portfolio auf Facebook. Weitere Personen wurden auf Flickr oder auch auf Instagram auf neue Talente aufmerksam. Gut ein Drittel der Befragten gaben an, einen für sie neuen Fotografen in den sozialen Netzwerken entdeckt zu haben. Viele der Personen, die online keine neuen Talente fanden, sind auch nur in geringem zeitlichen Umfang auf der Suche oder buchen Fotografen nur für weniger als 10 Aufträge pro Jahr. Insofern ist eine ansprechende soziale Präsenz wichtig für viele suchende Lizenznehmer und damit auch einen jeden Fotografen.

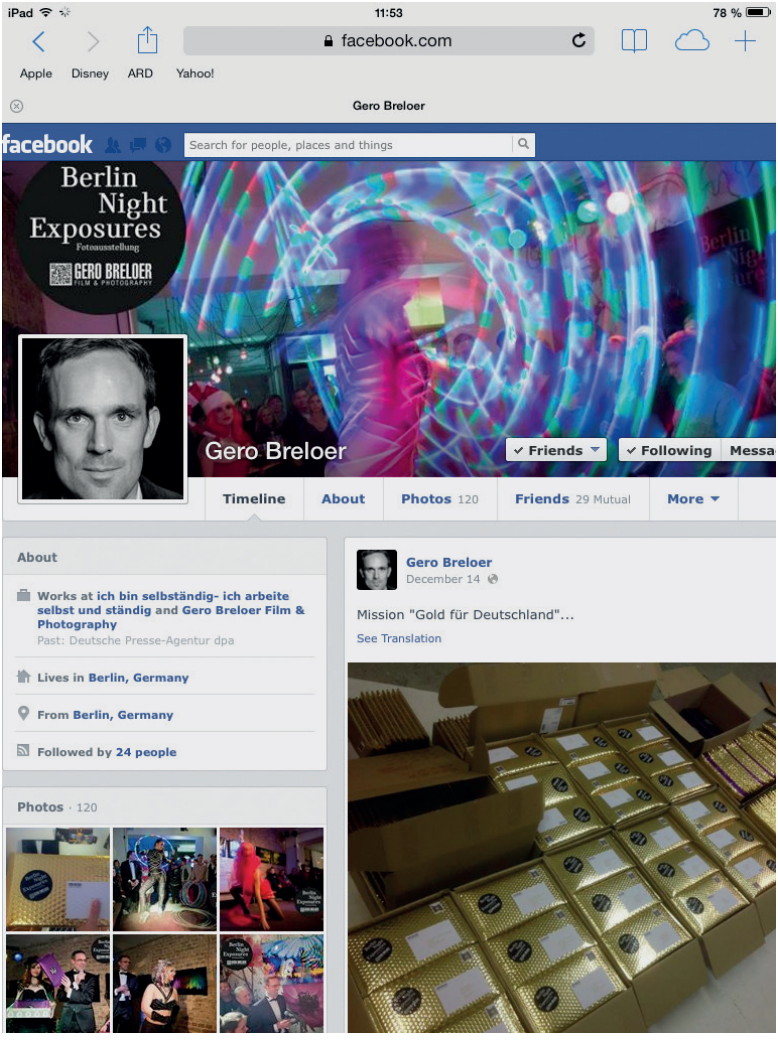
FACEBOOK

Facebook verfügt über die enorme Zahl von über einer Milliarde Nutzern. Mit dieser großen Anzahl von vernetzten Menschen bietet Facebook eine sehr große Reichweite und eignet sich gut für eine Präsenz zum Thema Fotografie. Fast jeder ist auf Facebook unterwegs. Es ist sehr wahrscheinlich, dass die eigenen Kontakte, Freunde, Kunden und potenzielle Kunden auf diesem Netzwerk bereits angemeldet sind.

In Deutschland sind laut Facebook mehr als 19 Millionen Nutzer jeden Tag auf Facebook aktiv und 13 Millionen Menschen sind täglich mit mobilen Geräten aktiv.

Ein starker Auftritt als Fotograf ist hier also wichtig, um das eigene Netzwerk breit aufbauen zu können und auch, um die eigenen Kontakte für sich zu nutzen. Beim Posten sollte jeder Fotograf Wert auf reichweitenstarke Inhalte legen. Im Hinblick auf den Algorithmus ist es empfehlenswert, Inhalte auszuwählen, die auf Interaktion abzielen, die im Netzwerk beliebt sind und die eventuell auch beim Posten zeitlich relevant sind.

Eine der wichtigen Fragen ist hier, ob der jeweilige Content zum Teilen oder Empfehlen einlädt. Aus Fotografensicht nachteilig sind die Nutzungsbedingungen von Facebook. Diese geben an, dass Facebook eine „nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare, gebührenfreie, weltweite Lizenz zur Nutzung jeglicher IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest“ verlangt. Bezüglich des Datenschutzes gibt es immer wieder Bedenken aus der Bevölkerung in Bezug auf Facebook.

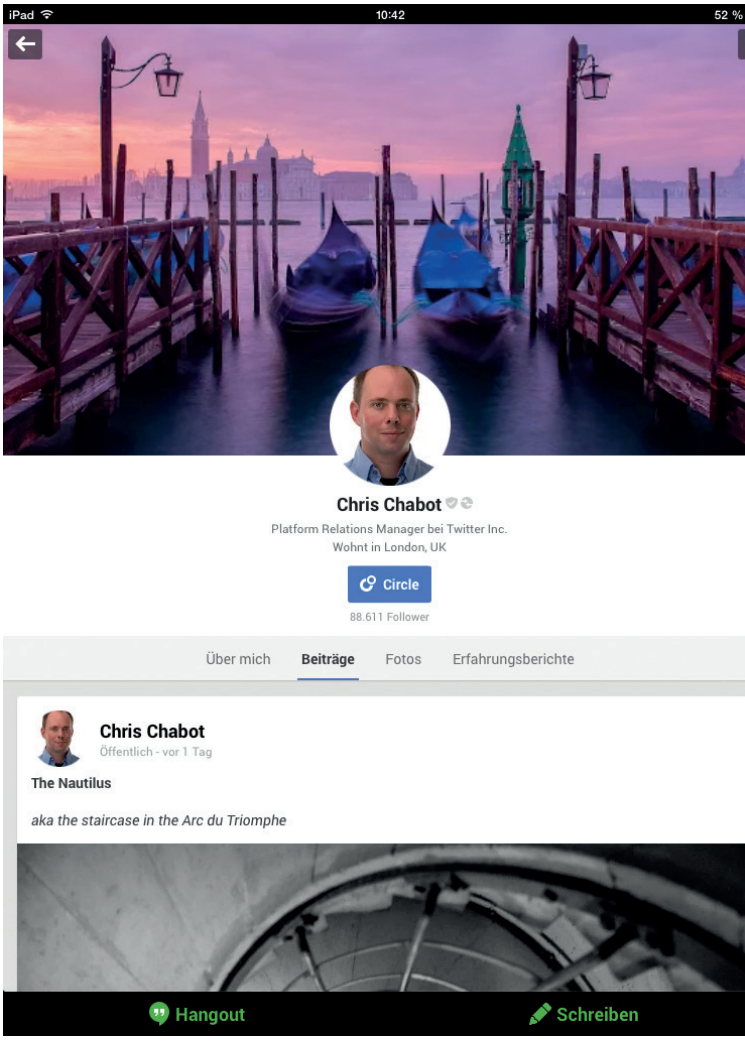


Gero Breloer nutzt eine Facebook-Seite.

GOOGLE+

Im Oktober 2013 gab Vic Gundotra, Senior Vice President, Engineering bei Google, bekannt, dass das soziale Netzwerk weltweit mehr als 540 Millionen aktive Nutzer habe, wovon 300 Millionen aktive Nutzer nur „stream alone“ Nutzer seien. Pro Woche würden 1,5 Milliarden Fotos bei Google+ hochgeladen.

Als Fotograf kann man sich hier begeistern, da das Google+-Profil sehr visuell orientiert ist und somit mit starken Bildern einen super Eindruck macht. Fotos kommen hier sehr gut zur Geltung, insbesondere schon durch das große Titelbild. Das Scrollen durch den Stream mit herausragenden Bildern und dem zum Teil spielerischen Layout macht einfach Spaß. Somit überrascht es nicht, dass sich auf Google+ eine starke Photo Community herausgebildet hat. Hier gibt es einen inhaltlichen Austausch zum Thema Fotografie. Zusätzlich bietet sich die Gelegenheit, sich zu gemeinsamen Photo Walks zu verabreden. Ein Austausch wird durch viele Funktionalitäten wie Google Circles oder Google Hangouts, kostenlose Video-Konferenzen für bis zu zehn Personen einfach und angenehm.



Fotograf Chris Chabot hat ein Google+ -Profil für seine Arbeit.

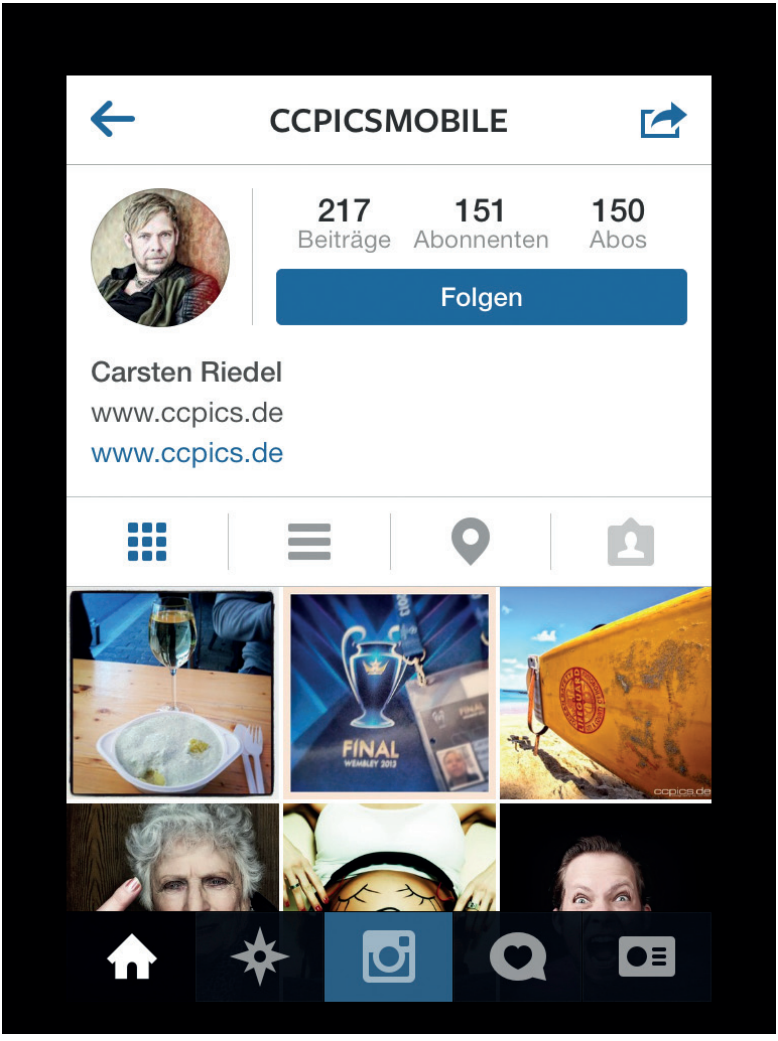
2012 hat Google den Fotospezialisten Nik Software gekauft, der insbesondere für seine Foto-App Snapseed bekannt ist. Google bietet einen Foto-Editor an, welcher allerdings nur mit Chrome verfügbar ist.

Aus Sicht der Suchmaschinenoptimierung ist es vorteilhaft, auf Google+ aktiv zu sein, denn Google kann öffentliche Beiträge auf Google+ inizieren.

Aktuell liegt der Nachteil bei Google+ darin, dass sich oftmals nicht so viele der eigenen Kontakte dort registriert haben, dennoch bietet Google+ viele Vorteile für Fotografen.

INSTAGRAM

Instagram bietet mit dem Smartphone einen großen Spaßfaktor und lädt zum aktiven Teilen ein!
2012 wurde Instagram von Facebook gekauft. Kürzlich informierte Instagram über seine aktuellen Nutzerzahlen von nun 150 Millionen Menschen. Anfang 2012 waren es noch 30 Millionen Nutzer – ein starker Anstieg in dieser kurzen Zeit.



Auf Instagram zeigt Carsten Riedel/ CCPics seine Arbeit.

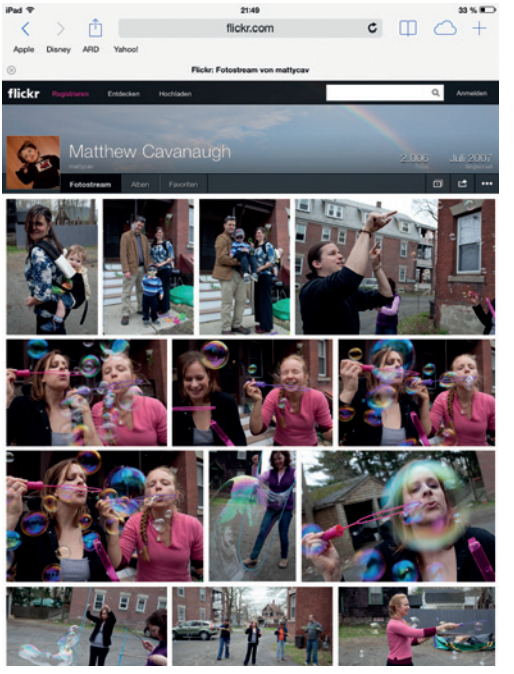
Gerade im mobilen Bereich ist Instagram für Fotografen sicherlich nicht zu vernachlässigen. Instagram ist einfach zu bedienen und die Freude und Unterhaltung stehen mit im Vordergrund. Die mobile App erlaubt ein automatisches Posten der eigenen Bilder beim Hochladen auf andere Netzwerke wie Facebook, Tumblr, Twitter, Flickr oder Foursquare.

Instagram wird, da es von vielen privaten Usern genutzt wird, bei einigen Personen eventuell nicht als professionelles Netzwerk angesehen. Die vorab genannte Studie „What buyers want from photographers“ zeigt allerdings, dass auch professionelle Auftraggeber bei Instagram auf Fotografien aufmerksam werden.

FLICKR

Zum Hintergrund: Flickr wurde 2005 von Yahoo gekauft. Flickr sei, so Markus Spiering, Head of Product bei Flickr, kürzlich im Interview mit dem Wall Street Journal „eines der wichtigsten Produkte bei Yahoo“. Smartphone-Fotografen sind hier unterwegs, denn zudem sei das „iPhone die meistgenutzte Kamera“ der Flickr-Nutzer. Flickr arbeitet für Bildlizensierungen mit der Agentur Getty Images zusammen. Jeden Tag wird bei Flickr eine enorme Menge an Fotos hochgeladen. Yahoo gibt an, dass Flickr weltweit in etwa 80 Millionen unique visitors hat. Die Menge der täglichen Foto-Uploads liegt bei der aussagekräftigen Zahl von ungefähr 4,5 Millionen Bildern. Ein Tipp: Seit Mai 2013 können Flickr-Nutzer einen Terabyte-Speicher kostenlos für ihre Fotos auf Flickr nutzen. Als professioneller Fotograf Bilder auf Flickr zu stellen, ist jedoch zweischneidig. Flickr wird durchaus im professionellen Bereich genutzt und Getty Images ist in der Content-Suche zum eigenen Vertrieb auf Flickr unterwegs.

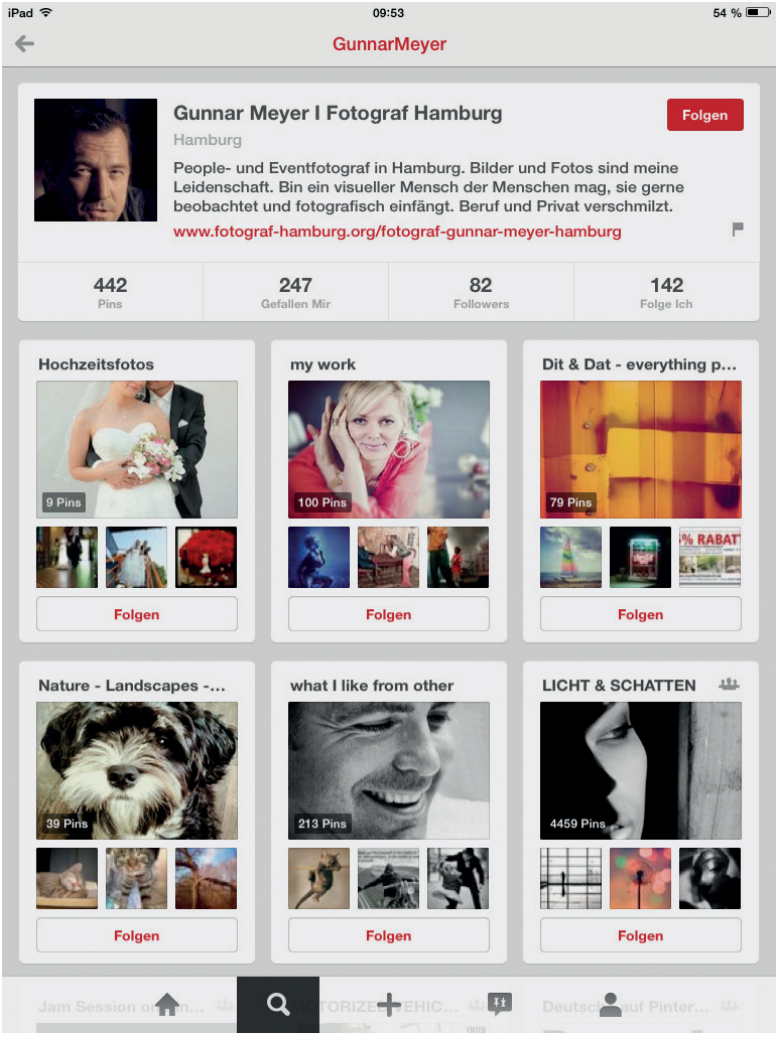
Leicht kann es passieren, dass die eigenen Bilder in der Flut der Fotos auf Flickr untergehen – und das obwohl ein wesentlicher Zeitaufwand benötigt wird, um Kontakte aufzubauen und die eigene Präsenz und das Netzwerk zu pflegen, und sich damit eine „Interestingness“ zu erarbeiten. Interaktionen mit anderen, Kommentare, Links und Kennzeichnungen als Favorit sind wesentliche Dinge und Ziele, die umgesetzt und erreicht werden müssen, um Aufmerksamkeit zu erhalten - insbesondere auch im Zusammenspiel über die eigenen Kontakte hinaus. Also, keine Scheu, auch selbst mit anderen – bisher fremden – Personen in Kontakt zu treten.



Nutzt Flickr: Fotograf Matthew Cavanaugh

Eine zusätzliche Möglichkeit zur Vermarktung bietet der Antrag auf Lizenzierung, mit dem Fotografen ihr Interesse bekunden können, dass Bilder über Getty Images lizensiert werden. Darüber hinaus veröffentlicht Getty Images auch bei Twitter auf @GettyImagesWant, wonach die Bildredakteure aktuell suchen. Ein offenes Auge kann diesbezüglich nie schaden. Auch andere Agenturen sollten hier mit in Betracht gezogen werden.

Getty Images stand Anfang 2013 in der Kritik. Einige Fotografen beklagten, sie hätten für ihre Bilder zu geringe Einmalzahlungen bekommen. Die entsprechenden Fotografen bezogen ihre Kritik auf Bilder, welche in die Getty-Images Google-Vereinbarung aufgenommen worden seien oder über die API-Schnittstelle Getty-Images-Connect vertrieben würden.



Der Hamburger Fotograf Gunnar Meyer „pinnt“ seine Bilder.

PINTEREST

Das französische Marktforschungsunternehmen Semiocast veröffentlichte im Juli 2013 eine Studie, aus der hervorgeht, dass Pinterest über 70 Millionen Nutzer habe. Die Studie ergab auch, dass das Netzwerk aus einer starken US-Nutzergruppe besteht, denn ca. 70 Prozent der Nutzer, die im Juni 2013 pinnten, re-pinnten oder Pins likten, kamen aus den Vereinigten Staaten. Der größte Teil der Nutzer sind Frauen.

Im Oktober 2013 gab Getty Images bekannt, dass die Agentur einen mehrjährigen Vertrag mit Pinterest geschlossen habe, unter welchem Getty Images für eigene Bilder auf Pinterest Metadaten und Credits zur Verfügung stelle. Hierfür zahle Pinterest Getty Images eine Gebühr, welche Getty Images mit den eigenen Contributors teile. Es wird spannend sein, zu sehen, wie sich diese Vereinbarung entwickelt.

TWITTER

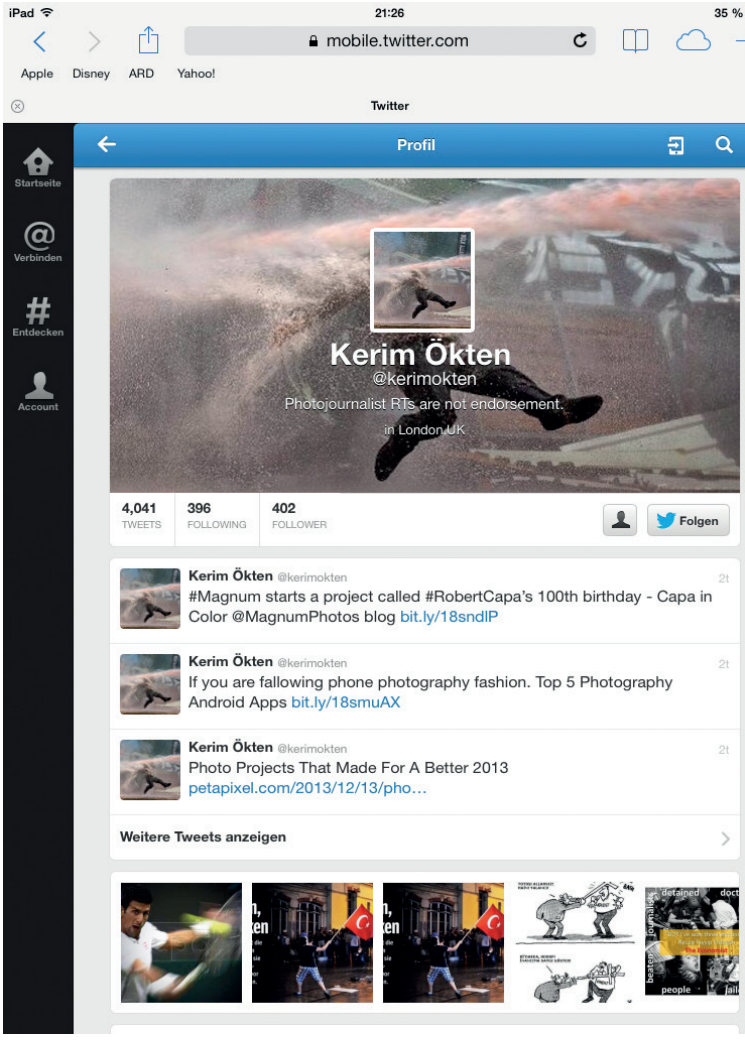
Twitter ist ein Micro-Blogging-Dienst, welcher seine Nutzer in Echtzeit aktuell über Neuigkeiten informieren kann. Twitter hat nach eigenen Angaben derzeit weltweit in etwa 218 Millionen Nutzer, von denen lediglich 49 Millionen in den USA sitzen. Kurznachrichten, die Tweets, werden mit bis zu 140 Zeichen versendet. Wegen seiner Echtzeit hat Twitter zunehmend für aktuelle Nachrichten Relevanz.

Twitters Welt ist schnell und eignet sich gut zum schnellen Austausch von Neuigkeiten und für einen unkomplizierten, weltweiten Kontaktaufbau. Hier ist es spannend zu sehen, was es Neues gibt.

Zum Beispiel nach Fotomessen oder Vorträgen lassen sich neu geknüpfte Kontakte und gemeinsame Interessen mit Twitter einfach pflegen. Twitter wird ebenso genutzt, um Kunden und Interessenten unkompliziert informieren zu können, wenn es neue Inhalte im Unternehmensblog, auf der Webseite oder andere, relevante Neuigkeiten gibt.

Twitter ist eines der großen sozialen Netzwerke. Leider ist man auf Twitter aber auf kurze Texte limitiert und visuell sind andere Netzwerke ansprechender. Ein relativ großer Teil der Nutzer auf Twitter ist nicht oder nur in geringem Maße aktiv.

Bei Twitter geht es um Personen und den direkten, sozialen Austausch. Jeder kann jedem folgen. Sofern man jedoch nicht im Nachrichtenbereich fotografiert, ist es jedoch empfehlenswert, für das eigene Marketing eher auf einem der anderen Netzwerke zu starten.



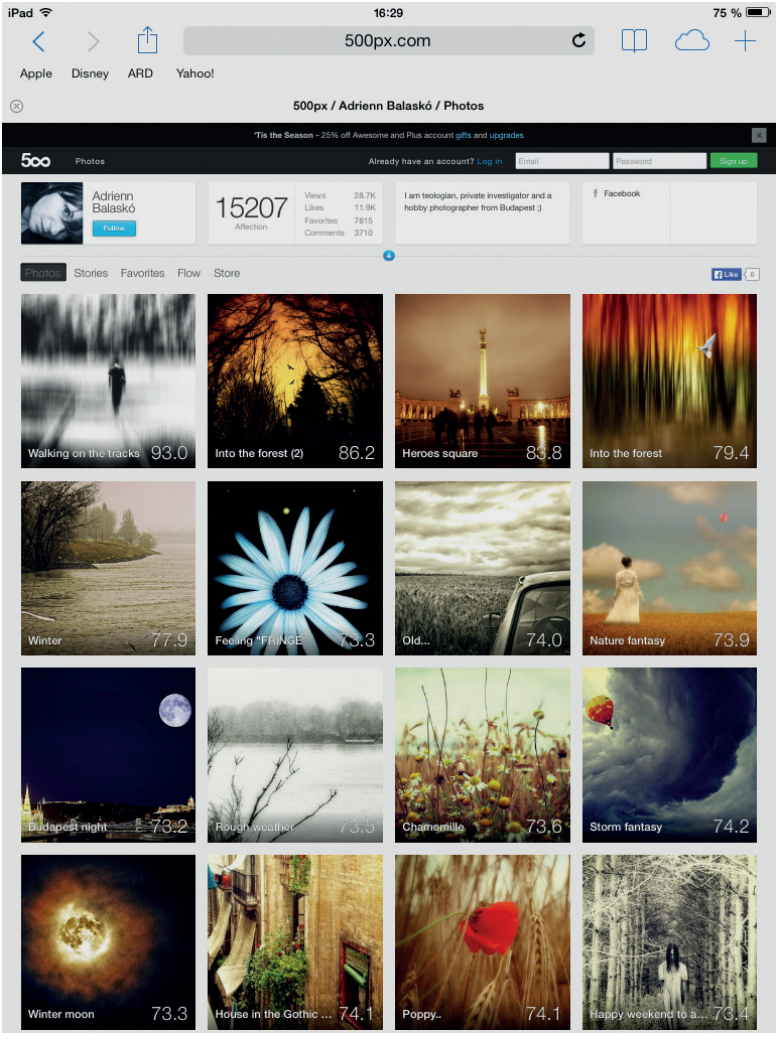
Auf Twitter zeigt Kerim Okten seine Bilder.

500PX

Ruft man die Webseite von 500px auf, bildet sich sofort der Eindruck, dass die hier gezeigten Bilder ästhetisch und sehr hochwertig sind – oft denkt man: „WOW!“

Die Anzahl der Nutzer von 500px, das viele mit Flickr vergleichen, beläuft sich auf 2,5 Millionen Profis und Bildliebhaber. Hier lässt es sich gerne verweilen, um Inspirationen zu finden. Durch Bewertungen der anderen Nutzer werden Fotos bei 500px sortiert.

In der kostenlosen Version können bis zu 20 Bilder pro Woche hochgeladen werden. Zudem gibt es die Option, einen „Personal Store“ einzurichten, um Bilder zu vertreiben. Alle Interaktionen sind übersichtlich gehalten. Ein potenzieller Kunde hat es leicht, mit dem Fotografen in Kontakt zu treten. In zwei verschiedenen Bezahl-Versionen bieten sich zusätzliche Nutzungsmöglichkeiten.



500px nutzt die Fotografin Adrienn Balaskó.

VIELZAHL VON MÖGLICHKEITEN – WAS NUN?

500px bietet für Fotografen die Möglichkeit, zu ihren besten, selektiven Bildern Feedback zu erhalten und diese in einer einfachen, weiteren Kontaktmöglichkeit zum Verkauf anzubieten. Allerdings sollte berücksichtigt werden, dass der Bekanntheitsgrad von 500px im Vergleich zu anderen Netzwerken relativ gering ist.

Für Fotografen bestehen sehr viele Möglichkeiten, sich in den sozialen Netzwerken überlegt zu präsentieren und zu engagieren.

Neben diesen ist zudem eine ansprechende und professionell gut dargestellte Präsenz in Netzwerken wie Xing oder LinkedIn ratsam,

um Kontakte knüpfen und ausbauen zu können.

Die wichtigen Fragen bleiben: Wie setze ich meine Zeit am sinnvollsten ein und was sind meine persönlichen Ziele? Welche Zeit habe ich überhaupt zur Verfügung, um diese auf den sozialen Netzwerken sinnvoll einzubringen? Wer ist meine Zielgruppe und wer mein idealer Kunde?

Langsam und überlegt starten ist hier das Stichwort: Lieber erst mit einem oder zwei Netzwerken beginnen, bei denen man ein gutes Zusammenspiel im Rahmen seiner eigenen Ziele sieht.

Auffindbar sein: Der Kunde, der nach dem eigenen Namen oder dem eigenen Angebot sucht, sollte einfach eine optimierte Präsenz finden, leicht in Kontakt treten können und alle Kontaktdaten rasch finden, die er benötigt.

Lernen: Niemand ist am Anfang perfekt. Sicherlich kommen verschiedene Fotografen bei unterschiedlichen Fragestellungen auch zu individuellen Antworten. Jeder wird Schritt für Schritt lernen und sollte den persönlichen Auftritt fortlaufend optimieren.

Auswählen: Das präsentierte Angebot sollte im Einklang mit der eigenen Zielgruppe stehen. Natürlich findet man einen erheblichen Anteil der eigenen Arbeiten toll, und diese möchte man auch gerne publiziert sehen. Am Ende muss jedoch eine zielgerichtete Auswahl getroffen werden.

Planen: Es klingt banal, aber für die Präsentation in den sozialen Netzwerken sollte im Voraus geplant werden. Dies erleichtert nicht nur die eigene Arbeit, sondern ermöglicht am Ende eine einfachere Analyse für ein vorausschauendes Planen.

Offen sein: Ein offenes Gespräch mit Gleichgesinnten bringt oftmals neue Ansätze. Davon kann man profitieren, wenn man sich nicht scheut, auf andere zuzugehen.

Teilen ist gut: Natürlich sollte ein Fotograf für seine Arbeit angemessen belohnt werden! In den sozialen Netzwerken gelten allerdings eigene Regeln. Hier sind ein Like, ein Teilen oder ein Kommentar viel wert! Ganz im Sinne des Bloggings: Wenn jemand eine Arbeit als Beispiel zeigt und einen Backlink setzt, erweitert sich dadurch Stück für Stück das Netzwerk des Erstellers. Man sollte auch nicht damit geizen, Kollegen berechtigterweise als gutes Beispiel anzufügen.

Menschlichkeit zeigen: Gutes Benehmen ist wichtig. Niemand möchte immer nur Eigenlob hören, und nur Verkaufsangebote bekommen. Es geht hier in erster Linie um ein angenehmes Miteinander, dem auch die eigenen Follower ihre Zeit widmen. Direkte Verkaufsangebote sollten in der Kommunikation in sozialen Netzwerken einen geringen Anteil einnehmen.

Zahlen sind nicht alles: Nicht einfach nur Fans und Follower sammeln. Lieber eine kleine Gruppe an Unterstützern erarbeiten, die sich wirklich für das begeistert und interessiert, was man macht als eine große, die nur als Zahl existiert und der darüber hinaus im Grunde egal ist, worüber gesprochen wird und was das eigene Angebot beinhaltet.

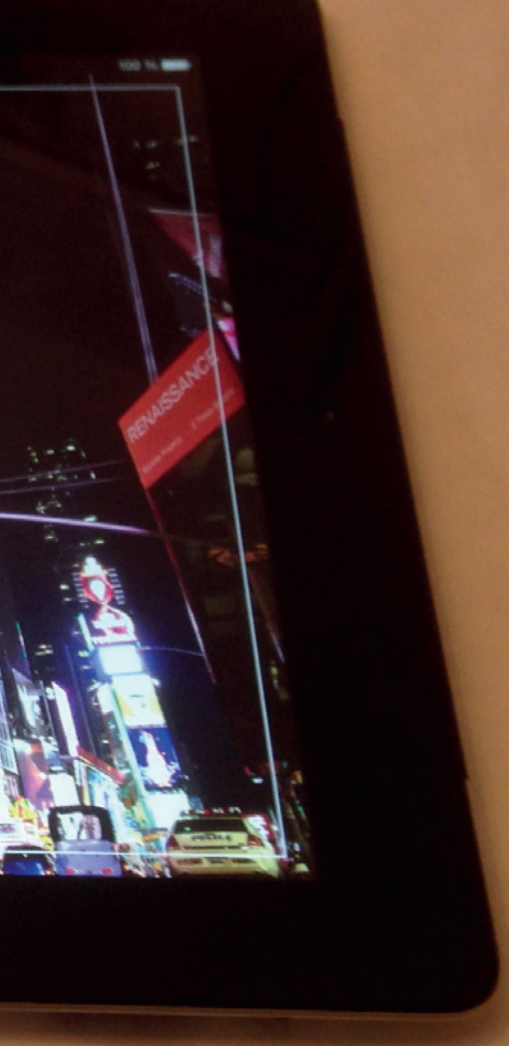
Go global!: Nicht nur bis zur deutschen Landesgrenze denken! Wenn man gut Englisch spricht, stehen einem in der digitalen Welt viele Türen offen.

Business: Social Media macht Spaß, aber kann auch den Geschäftserfolg mit unterstützen, denn aus Social Media-Techniken können sich messbare wirtschaftliche Vorteile ziehen lassen.

DIGITALE FOTOBÜCHER FÜR APPLE-GERÄTE GESTALTEN

Man kann von der Firma mit dem angebissenen Apfel als Erkennungszeichen halten, was man möchte. Fest steht, dass es neben der firmeneigenen Software iBooks Author bisher kein Konkurrenzprodukt gibt, mit dem man genau so schnell und einfach multimediale E-Books machen könnte.

von Bettina Blaß



Jeder fünfte Deutsche liest elektronische Bücher, so genannte E-Books. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Hightech-Verbandes Bitkom im Oktober. Dazu benötigt man einen E-Book-Reader wie den Amazon Kindle – oder eine entsprechende App auf dem Tablet oder dem Smartphone. Während viele Geräte in Anlehnung an Bücher, die auf Papier gedruckt wurden, nur schwarze Schrift auf hellem Hintergrund darstellen, können andere mehr: Sie spielen multimediale Produkte aus, lassen den Autor also Texte mit Fotos, Audio und Videos verbinden. Auch die ersten Fotobücher werden so den E-Book-Lesern schon zum Anschauen geboten.

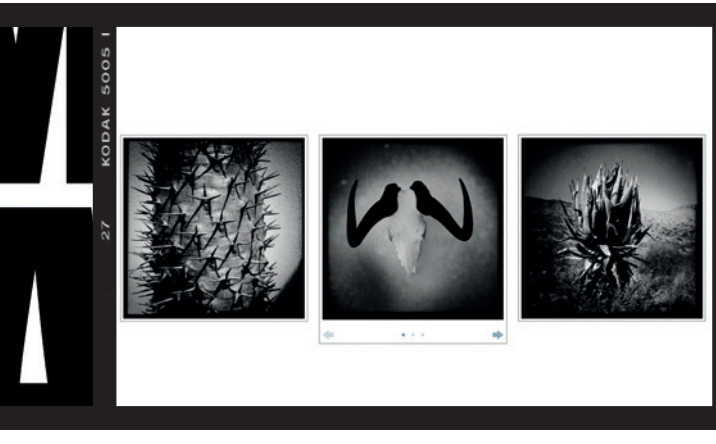
Marcus Kaspar hat zwei dieser Fotobücher zu New York und Namibia veröffentlicht. Es gibt sie im iBookstore für Apple-Geräte. Zwar können die Amazon Kindle-Tablets und Apps auch schon Multimedia darstellen. Apples Software produziert hingegen nur für die hauseigenen Geräte.

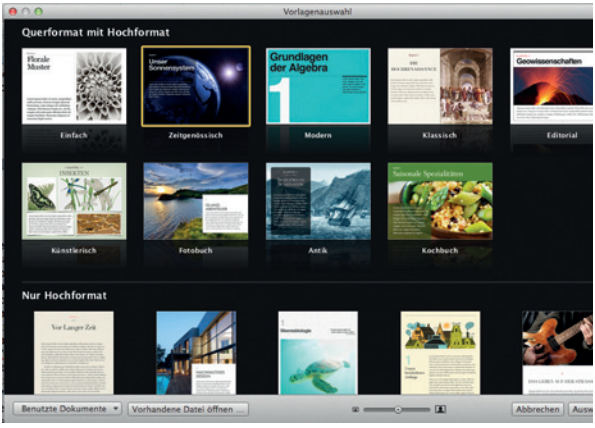
Kaspars Fotobuch über New York ist kostenlos, hat über 200.000 Downloads und hat bereits fast 70 Bewertungen, die meisten davon sind positiv. Seit einem Jahr ist er damit in der Top 3 der Rubrik Fotografie. Für das Fotobuch Namibia verlangt er 2,99 Euro. Die Zahl der Bewertungen ist hier deutlich niedriger, aber auch überwiegend gut. Ein E-Book verschenkt der hauptberufliche Creative Director und Fotograf also, die 2,99 Euro für das andere muss er sich mit Apple teilen. Reich wird er nicht, wenn er seine Bilder so unters Volk bringt. Und trotzdem denkt er schon über weitere E-Books mit Fotos nach: „Ein Fotobuch als gebundene Ausgabe herauszubringen, ist sehr teuer“, sagt er. „Ein E-Book ist dagegen mit iBooks Author relativ schnell und einfach selbst gemacht, und das Ergebnis sieht gut aus.“ Kaspar hat außerdem ein weiteres Monetarisierungsmodell in seine E-Books eingebaut: Abzüge auf Papier kann man sich durch einen entsprechenden Link bei der Plattform Artflakes in unterschiedlichen Größen bestellen. So dient auch das kostenlose E-Book dazu, die eigenen Fotografien zu verkaufen.

Zurück zu den E-Books selbst: Tatsächlich macht es iBooks Author auch Laien leicht: Die Software hat verschiedene Designvorlagen im Angebot, die man mit den eigenen Inhalten füllt. Per Mausklick fügt man also beispielsweise Audio- und Videodateien sowie Bildergalerien ein. Da Kaspar den Umgang mit Grafikprogrammen gewohnt ist, war es für ihn besonders leicht, sich mit der Software anzufreunden.

Auf die Idee, ein E-Fotobuch herauszubringen, kam er durch seine Familie und die Freunde: Er hörte von ihnen oft, dass seine Bilder toll seien. Aber Freunde und Familie sind natürlich nie objektiv. Ihn interessierte darum, was andere über seine Kunst denken. Und ein digitales Fotobuch war eine gute Möglichkeit, das herauszufinden. Das E-Book über New York war sein Testballon, darum bietet er es kostenlos an. Als er sah, dass seine Bilder auch außerhalb des Freundeskreises gut ankommen, beschloss er, weiterzumachen. Das bedeutete für ihn aber auch, für weitere E-Books Geld zu verlangen. Zwar ist das Honorar pro verkauftem E-Book deutlich geringer als bei einem auf Papier gedruckten Werk. Aber Kaspar braucht dafür keinen Verlag, er bleibt unabhängig und entscheidet alleine, wie sein Endprodukt aussehen wird.

Allerdings ist auch der Aufwand bei Apple ein anderer, wenn man ein E-Book verkaufen möchte. Denn dann benötigt man eine US-amerikanische Steuernummer. Schon bei der Vorstellung an die damit verbundene mögliche Bürokratie geben viele auf, die es gerne versuchen würden. Dabei ist es gar nicht so schwierig, wie man zunächst denken sollte: Man liest sich im Internet eine der vielen Anleitungen durch, lädt sich das passende Formular herunter, füllt es aus, faxt es in die USA – und wenn man alles richtig gemacht hat, kommt nach einigen Wochen ein Brief mit der sogenannten EIN. Dann benötigt man noch etwas Zeit und gute Nerven, um sich einmalig bei den Apple-Programmen als „Producer“ anzumelden. Schließlich beginnt der kreative Prozess. „Mit der Software iBooks Author hatte ich keine Probleme“, sagt Marcus Kaspar. „Allerdings lädt man die Dateien mit einem zweiten Programm, iTunesProducer, ins Netz und mit einem dritten, iTunesConnect, verwaltet man sie. Diese beiden Programme benötigen ein wenig Geduld“, so Kaspar. Sind die Fotos gemacht und bearbeitet, benötigt er noch etwa vier Wochen,

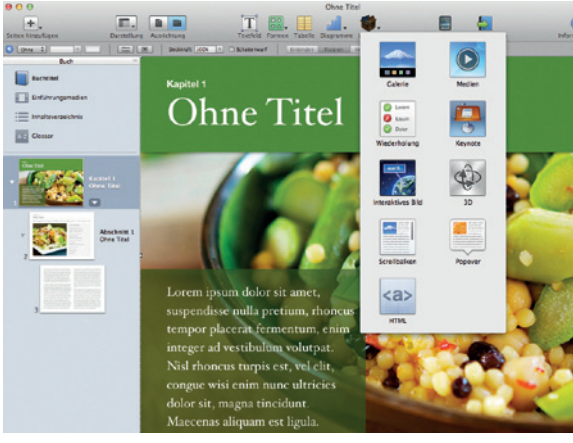




Ist die Software installiert, legt man ein neues Projekt an.

Es gibt verschiedene Seitenvorlagen.

Dann wählt man eine Vorlage aus.



Über „Widgets“ lassen sich Vorlagen individualisieren.

bis das E-Book fertig ist. Marcus Kaspar hat an den elektronischen Büchern in der Zwischenzeit so viel Spaß gefunden, dass er sogar ein drittes herausgegeben hat: Er hat einen Ratgeber zum Thema Design bei Visitenkarten geschrieben. Und da dieses E-Book viel Text und nur wenige Bilder enthält, hat er es auch für den Amazon Kindle aufbereitet. Denn Textbücher mit nur einigen Bildern lassen sich für ihn auch ohne Programmierkenntnisse sehr schnell und einfach erstellen: Word-Dokument anlegen, als HTML-Datei speichern, hochladen – lautet die sehr verkürzte Darstellung dieses Vorgangs.

SO MACHEN SIE EIN FOTOBUCH MIT IBOOKS AUTHOR

Die Software iBooks Author (http://www.apple.com/de/ibooks-author/) läuft auf Macs und ist kostenlos. Ist sie installiert, legt man ein neues Projekt an. Dabei hat man die Wahl zwischen unterschiedlichen Vorlagen, auch Templates genannt. Im App Store gibt es noch weitere Templates – einige sind kostenlos, für andere bezahlt man. Man wählt eine Vorlage aus, und fügt die eigenen Bilder und Texte hinzu, beziehungsweise ändert die Vorlage so ab, wie man sie gerne hätte.

Im gezeigten Beispiel, Template „Kochbuch“, gibt es beispielsweise Kapitel in den Farben Grün, Orange, Braun oder Blau, es gibt Seitenvorlagen mit einseitigen Bildern oder mit einem doppelseitigen Bild oben. Zusätzlich lassen sich die Vorlagen individualisieren, und zwar beispielsweise über den Punkt „Widgets“ in der Menüleiste. Widgets sind kleine Hilfsprogramme. Mit ihnen kann man zum Beispiel interaktive Bilder einfügen oder Videos und Bildergalerien. Das Endprodukt hat oft mit der Vorlage nicht mehr viel zu tun. Je mehr man die gebotenen Möglichkeiten nutzt, desto eher hat man

am Ende also kein Produkt von der Stange, sondern ein sehr individuelles Ergebnis. Aus dem gewählten Layout lässt sich beispielsweise dies machen:

Einem Kochbuch sieht das Endprodukt also nicht mehr ähnlich. Obwohl sich am Templa-

aussieht. Außerdem lässt sich in der Vorschau testen, ob die eingefügten Widgets funktionieren oder beispielsweise Links, die ins Internet führen.

Im nächsten Schritt geht es darum, das E-Book zu veröffentlichen. Wer sein Produkt ver-

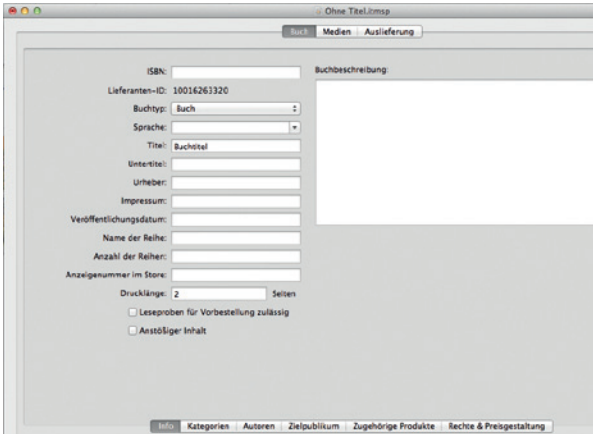
Mit dem Template „Kochbuch“ lässt sich auch ein Reisebericht gestalten.

te-Namen durch die individuellen Veränderungen natürlich nichts ändert.

Wer in der Menüführung auf „Vorschau“ klickt, kann sich das E-Book schon auf dem Mac in der App iBooks anzeigen lassen, oder auf dem iPad, wenn er dieses angeschlossen hat. Wichtig dabei: Die App iBooks muss geöffnet sein. Auf dem iPad lässt sich dann herausfinden, wie das Buch hochkant oder quer

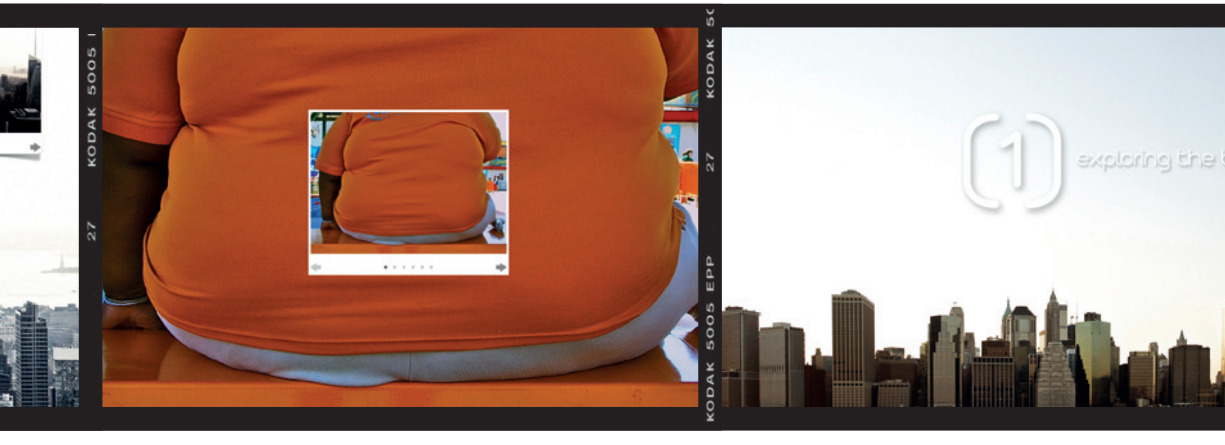
schenken möchte, benötigt keine US-amerikanische Steuernummer. Für ihn wird der Veröffentlichungsvorgang deutlich schneller und einfacher zu erledigen sein. Achtung: Ein Konto, mit dem ein Buch verschenkt wird, kann später nicht dazu genutzt werden, Bücher zu verkaufen. Für diesen Zweck muss man dann ein zweites Konto anlegen. Und ein E-Book, das man von Anfang an verschenkt, kann man

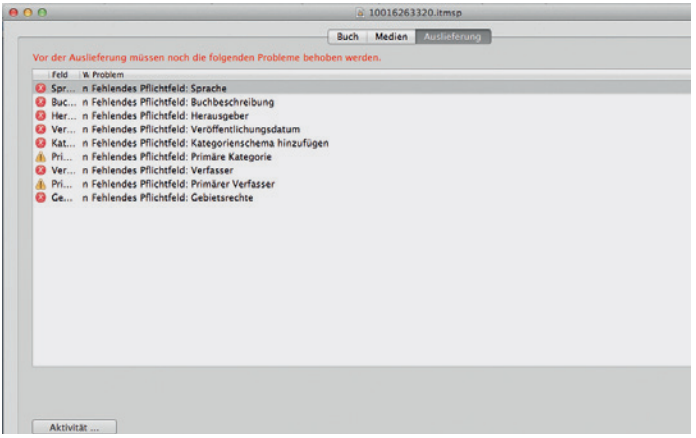
nicht plötzlich kostenpflichtig anbieten. Ist die Entscheidung gefallen, ob man das Buch gegen Geld oder gratis anbieten möchte, klickt man in der Menüleiste oben „Veröffentlichen“. Man folgt dann den Schritten und ist plötzlich in einer anderen Software, die iTunesProducer heißt. Auf dem Weg dorthin wird unter anderem automatisch eine Leseprobe gemacht, die sich interessierte Leser später auf ihr Endgerät schicken lassen können. So kaufen sie nicht die Katze im Sack, sondern erhalten einen ersten Eindruck davon, was das Buch bietet.



iTunesProducer ist eine graue Eingabemaske, die den Nutzer zur Verzweiflung bringen kann, obwohl er hier eigentlich nur Felder ausfüllen muss.

iTunesProducer ist eine graue Eingabemaske, die den Nutzer zu Beginn zur Verzweiflung bringen kann, obwohl er hier eigentlich nur Felder ausfüllen muss. Gefragt wird beispielsweise nach einer ISBN-Nummer. Im Selbstversuch hat sich aber gezeigt, dass die Software die gekaufte ISBN-Nummer nicht akzeptierte. Das mag bei anderen Produzenten anders sein. Die Autorin hat schließlich auf die ISBN-Nummer verzichtet. Damit verzichtet man allerdings auch darauf, im Verzeichnis lieferbarer Bücher aufgelistet zu werden. Bei der Auswahl „Buch“ oder „Textbuch“ sollte man Buch wählen. „Textbuch“ ist im US-Amerikanischen eine ganz spezielle Gattung. Es gibt übrigens auch eine Fehlermeldung, bei der die Software fordert, „Book“ oder „Textbook“ zu wählen, obwohl bereits eine Auswahl stattgefunden hat. Die Apple Service-Mitarbeiter empfehlen für diesen Fall, die Betriebssprache des Mac auf „Englisch“ zu setzen. In der Regel reicht es jedoch, einmal „Textbuch“ auszuwählen,





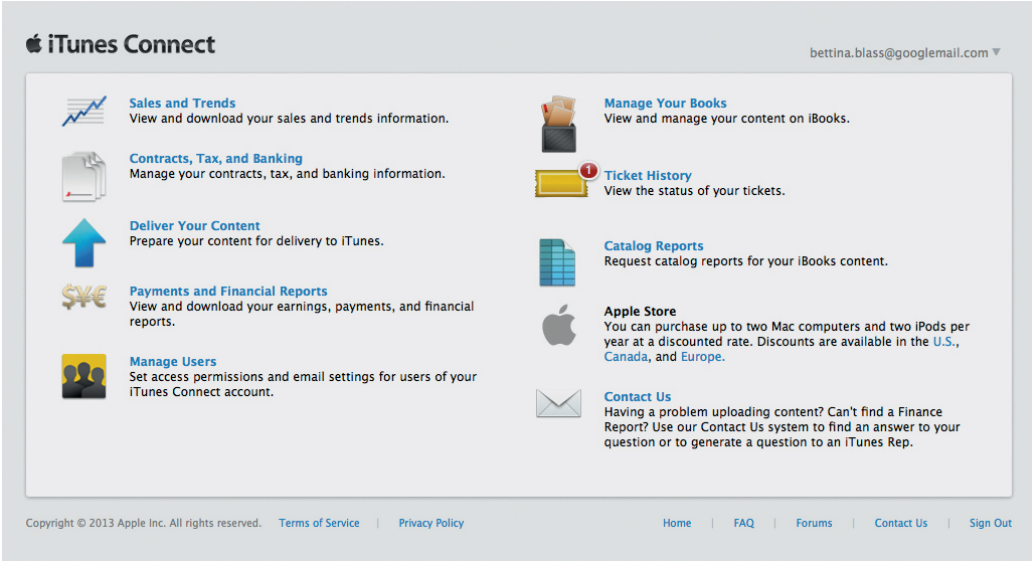
Wer beim Ausfüllen der Maske Fehler gemacht hat, wird hier darauf hingewiesen.

und dann auf „Buch“ zurückzugehen. In der ersten Maske müssen außerdem die Sprache eingegeben werden, der Titel, Autor, Impressum und Veröffentlichungsdatum sowie eine Beschreibung des E-Books. Aktualisiert man das E-Book zu einem späteren Zeitpunkt, gibt es ein weiteres Fenster, in dem man einträgt, was in der neuen Version anders ist.

Produzenten müssen außerdem die Folien Kategorien, Autoren und Rechte & Preisgestaltung ausfüllen. Dann kommt der Punkt „Medien“. Hier sollte die Software bereits automatisch etwas hinterlegt haben. Das Coverbild zieht sich iTunesProducer ebenfalls automatisch aus iBooks Author. Im nächsten Schritt kann man Vorschaubilder einbinden. Sie macht man beispielsweise am iPad, indem man dort einen Screenshot macht. Dazu klickt man den Einschaltknopf zeitgleich mit dem Navigationsknopf auf dem Rahmen. Der Screenshot liegt dann im Ordner Fotos. Von dort kann er über den Fotostream oder per iMessage oder E-Mail auf den Mac geschickt und bei iTunesProducer eingebunden werden.

In der Rubrik „Auslieferung“ wird das E-Book überprüft, bevor es zu Apple hochgeladen wird. Wer beim Ausfüllen der Maske Fehler gemacht hat, wird hier darauf hingewiesen, wie unser Beispiel zeigt. Ist die Überprüfung bestanden, klickt man auf die Schaltfläche „Ausliefern“, und das E-Book wird ins Netz geladen. Je nach Internetverbindung und Datenmenge kann das lange dauern. Ist es geschafft, erscheint ein grüner Haken auf dem Bildschirm. Dann ist es Zeit, die Software erneut zu wechseln. Denn verwaltet werden die E-Books über iTunesConnect (https://itunesconnect.apple.com).

Dort gibt es einen Punkt „Manage Your Books“. Hier sieht der E-Book-Autor den Status seines Buches. Ist beim Hochladen alles gut gelaufen, erscheint das E-Book hier. Wenn der Status auf Gelb steht, wird es noch vom Apple-Team überprüft. Die Apple-Mitarbeiter machen keine Grammatik- oder Rechtschreibeüberprüfung. Sie achten aber darauf, dass das Layout korrekt ist und in allen Formaten funktioniert. Und sie überprüfen, ob Namen, die mit Apple in Verbindung stehen, korrekt geschrieben werden. Stimmt etwas nicht mit dem E-Book, bekommt der Autor ein Ticket. Dieses Ticket kommt allerdings nicht per Mail, sondern ist nur über iTunesConnect aufrufbar. Das heißt, man sollte nach der Auslieferung dort täglich vorbeischauen. Die Apple-Mitarbeiter benötigen allerdings einige Tage, um ein Produkt zu prüfen. Ist ein neues Ticket abrufbar, wird dies



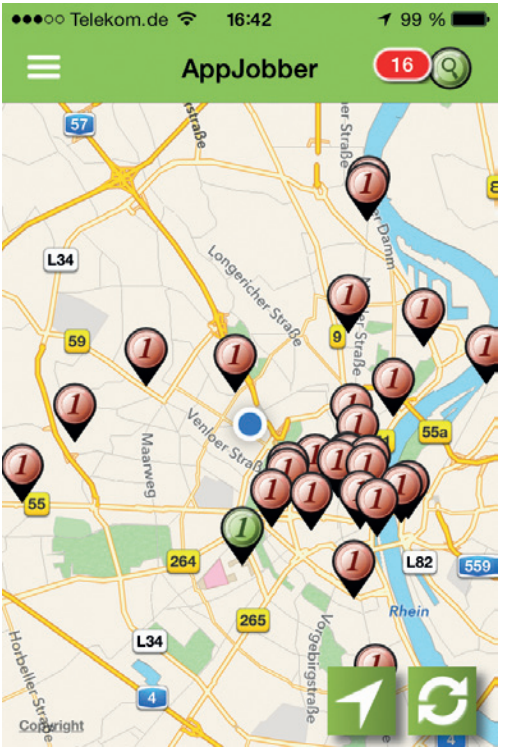
Verwaltet werden die E-Books über iTunesConnect. Dort gibt es einen Punkt „Manage Your Books“.

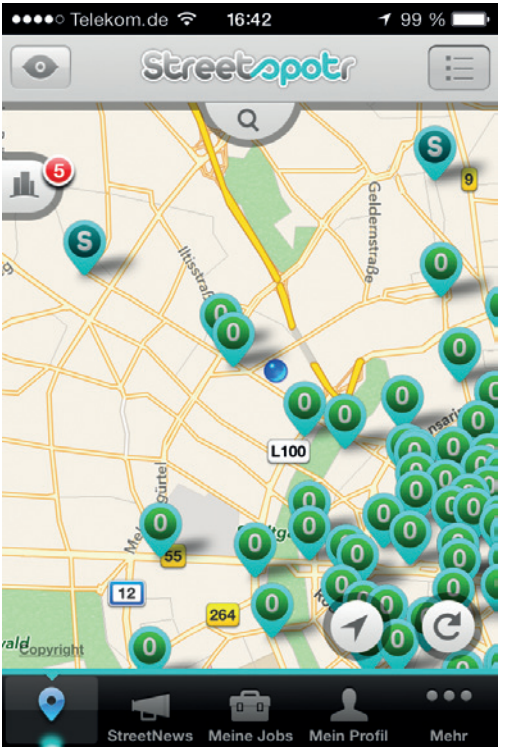
mit einem roten Kreis und einer Zahl darin angezeigt. Das Problem bei den Tickets: Sie sind nicht immer verständlich. Um einen angezeigten Fehler auszumerzen, benötigt man also möglicherweise ein bisschen Zeit. Man behebt den Fehler in iBooks Author und lädt das E-Book dann erneut ins Netz. Irgendwann hat man es dann geschafft: Der Status des Buchs wechselt von Gelb auf Grün, das E-Book ist über den iBookstore erhältlich.

Dann ist es an der Zeit, dafür die Werbetrommel zu rühren. Das geht beispielsweise über die sozialen Netzwerke, aber auch, indem man in der Autosignatur der E-Mail darauf aufmerksam macht. Nach einigen Tagen oder Wochen lohnt es sich dann auch einmal, einen Blick in „Sales & Trends“ auf iTunesConnect zu werfen. Dort wird angezeigt, wie viele Bücher an welchem Tag verkauft wurden. Es gibt auch eine iTunesConnect App für iPad und iPhone. Sie zeigt die Verkäufe der vergangenen 26 Wochen an.

Gab es Verkäufe, schickt Apple am Monatsende eine Abrechnungsmail. Ausgezahlt werden Honorare jedoch erst ab 20 Euro.

Das fertige E-Book kann man übrigens auch als PDF exportieren und ausdrucken. Allerdings gehen dabei natürlich die multimedialen Elemente verloren. Ein Video lässt sich dann eben nicht mehr abspielen, die Bildergalerie zeigt dann nur noch ein großes und unter Umständen einige kleine Bilder. Freunden und Verwandten kann man die iBooks-Datei auch per Mail schicken. Sie müssen allerdings ein Gerät haben, das die Datei öffnen kann, also beispielsweise ein iPad. Und: Je mehr Multimedia in der Datei ist, desto größer wird sie. Je größer sie ist, desto schwieriger wird es, sie per Mail zu versenden.





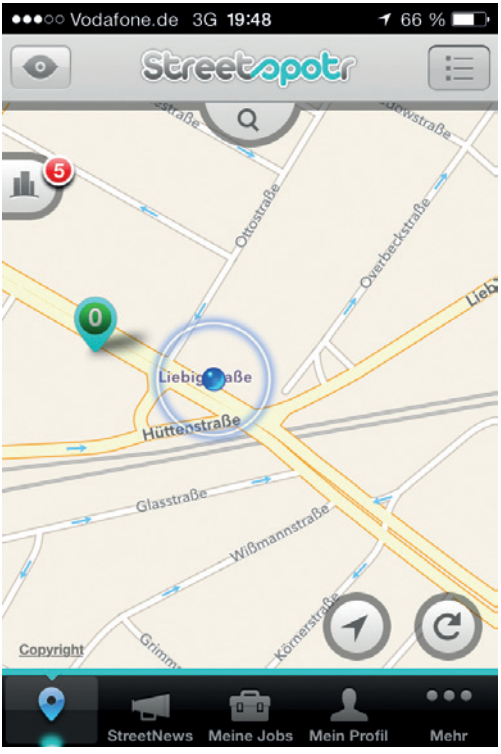
Microjobs in Köln

KLEINVIEH MACHT AUCH MIST

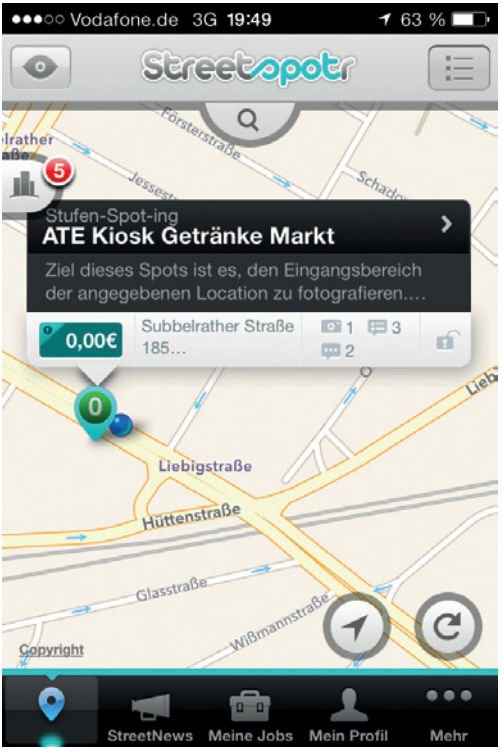
Ausnahmsweise geht es nicht darum, schöne Bilder mit dem Smartphone zu machen. Denn wer als Microjobber unterwegs ist, muss im Wesentlichen Dinge mit der Handy-Kamera dokumentieren. Das macht man natürlich nicht ausschließlich aus Spaß an der Freude, sondern gegen Kleinsthonorare.

von Bettina Blaß

Dass Smartphones viel mehr können, als nur telefonieren, hat sich in der Zwischenzeit herumgesprochen. Aber auch, dass man damit nebenher einige Euro verdienen kann? Zugegeben: reich wird man dadurch vermutlich nicht. Aber Kleinvieh macht auch Mist – und Spaß macht es überdies auch noch. Wer die Apps der Portale Streetspotr oder Appjobber installiert und sich registriert hat, sieht auf seiner Umgebungskarte im Display kleine Aufgaben: Den Parkplatz eines Carsharing-Anbieters überprüfen, ein Geschäft von außen fotografieren, einen Cocktail testen. Dafür gibt es kleine Entlohnungen etwa zwischen ei-



Der Nutzer wird als blauer Punkt dargestellt, Microjobs in seiner Nähe sind bei Streetspotr grün.



Klickt man auf den betreffenden Punkt, kommt die Kurzbeschreibung der Aufgabe, die zu lösen ist.

nem und zehn Euro. Gut überlegen sollte man sich jedoch, welchen Job man annimmt: Wer beispielsweise bei einem Autohändler die Konditionen für eine bestimmte Versicherung abfragt, muss zunächst viel Zeit investieren, und auch noch seine persönlichen Daten angeben. Ob dafür zehn Euro ausreichend sind, muss jeder selbst entscheiden. Und wer für einen Euro seine Bekannten als wechselwillige Stromkunden nennt, macht sich nicht zwangsweise Freunde.

SO FUNKTIONIERT MICROJOBBING

Die Apps von Streetspotr (http://streetspotr.com/de) und Appjobber (https://appjobber.com/) gibt es sowohl für Apple- als auch für Android-Geräte. Appjobber ist übrigens unter anderem auch in Finnland, Frankreich oder Italien für Jobs einsetzbar, Streetspotr in Österreich und der Schweiz. Unter Umständen bietet sich also der nächste Urlaub an, um erste Erfahrungen mit den Microjob-Apps zu sammeln.

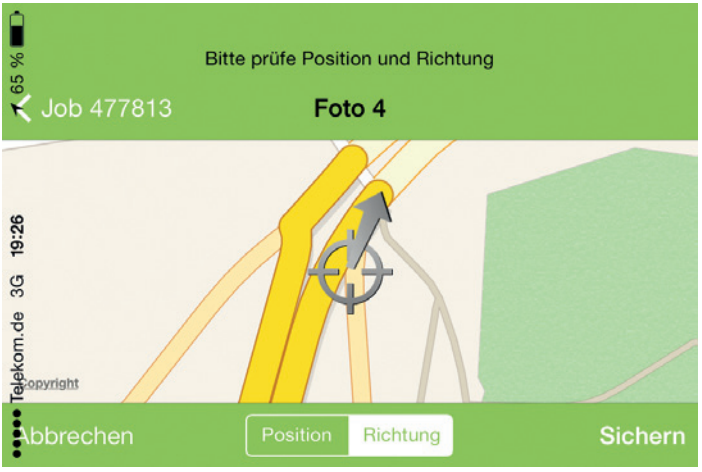
Ist die App installiert, registriert man sich und muss die Ortungsdienste für die Apps aktivieren. Der Nutzer selbst wird als blauer Punkt dargestellt, Microjobs in seiner Nähe sind beispielsweise bei Streetspotr grün. Klickt man auf den betreffenden Punkt, kommt eine Kurzbeschreibung der Aufgabe, die zu lösen ist. In unserem Beispiel soll der Microjobber herausfinden, ob der Eingang eines Kiosks in Köln breit genug ist, damit ein Rollstuhlfahrer oder ein Kinderwagen hindurchpassen. Dazu sollen Bilder gemacht werden vom Eingang. Wer

den Job annehmen will, klickt den entsprechenden Button und hat dann einige Stunden Zeit, die Aufgabe zu lösen. Um sie korrekt zu bearbeiten, gibt es einen Fragekatalog: Ist die Eingangsstufe höher als 7 Zentimeter? Gibt es eine rollstuhlgerechte Toilette? Ist der Innenbereich ohne Stufen? Wissen möchte das ein Verein, der eine Internetkarte für Menschen anbieten will, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. Und als Belege möchte er Fotos sehen, die die Nutzer mit dem Handy machen. Da diese ins Netz geladen werden müssen, wäre bei häufigem Microjobben das Datenvolumen eines Monats schnell aufgebraucht. Darum lädt man die Fotos besser dann hoch, wenn man in einem WLAN ist. Und deswegen hat man für die Bearbeitung eines Auftrags auch einige Stunden Zeit. Schließlich muss der Microjobber nach getaner Arbeit vor Ort erst einmal in ein WLAN kommen.

Der Verein aus unserem Beispiel ist einer von vielen Auftraggebern bei Appjobber und Streetspotr. Auch Unternehmen nutzen die Microjob-Plattformen, um schnell und günstig

Wer den Job annehmen will, klickt den Button und hat dann einige Stunden Zeit, die Aufgabe zu lösen.

Bei unserem Selbstversuch sollte die Abbiegeregelung an einer Kreuzung dokumentiert werden.



Die Fotos mussten auf der Karte richtig zugeordnet werden: Wo steht der Microjobber, welche Blickrichtung hat er?

die nötigen Informationen zusammenzutragen. Fachpersonal an viele verstreute Punkte oft in der ganzen Republik zu schicken, wäre teuer und würde unter Umständen einige Projekte sogar platzen lassen. Allerdings sind nicht alle Auftraggeber bereit, die Microjobber wirklich mit Geld zu bezahlen. Während man bei Streetspotr die bezahlten Aufträge im November 2013 suchen muss, gibt es bei Appjobber nur bezahlte Microjobs. Der Auftrag, bei dem die Barrierefreiheit getestet werden soll, bringt beispielsweise kein Geld, aber sogenannte Streetspots. Wer genügend Streetspots gesammelt hat, steigt in der Hierarchie auf und darf auch Aufträge annehmen, die ein höheres Honorar bringen. Ende November gibt es bei Streetspotr bezahlte Aufträge, die mit 1,50 oder 3,50 Euro belohnt werden. Das Geld wird über Paypal an die Nutzer ausgeschüttet.

Appjobber funktioniert sehr ähnlich: Bei unserem Selbstversuch sollte die Abbiegeregelung an einer Kreuzung dokumentiert werden. Verdienst: 1 Euro. Die Fotos mussten auf der Karte richtig zugeordnet werden: Wo steht der Microjobber, welche Blickrichtung hat er? Für einen Euro ist der Auftrag ziemlich zeitintensiv und aufgrund der Größe der Kreuzung auch nicht ganz ungefährlich. Sicherer lebt, wer sich für einen der Jobs in der Innenstadt interessiert und dort für einen Gastro-Check Fotos macht und Fragen beantwortet. Er bekommt 5 Euro pro Auftrag. Wer Werbeprospekte fotografiert, kann 4 Euro bekommen, bis zu 12,50 Euro winken, wenn man Informationen zu Gewerbemietverträgen weitergeben kann. „Achte darauf, dass Du keine Firmengeheimnisse verrätst“, rät Appjobber. Ein guter Hinweis – denn sonst wird der Nebenverdienst schnell zu einem großen Problem.

Ärger kann man als Microjobber übrigens auch dann bekommen, wenn man in einem Geschäft oder Restaurant das Innenleben oder die Leute fotografiert, denn das kann

gegen geltendes Recht verstoßen. Die Inhaber möchten im Regelfall wissen, wofür man die Fotos macht. Es ist ihr gutes Recht, den Microjobbern das Fotografieren im Gebäude zu verbieten. Gäste oder Kunden haben ein Recht am eigenen Bild und sind unter Umständen nicht begeistert, wenn man sie fotografiert und ihr Bild ins Internet lädt. Darum ist es sinnvoll, vorher zu fragen, ob man Fotos im Haus und gegebenenfalls auch von den anwesenden Menschen machen darf. Wer als Microjobber etwas dazu verdienen will, sollte sich vorher mit den Themen „Panoramafreiheit“ und „Recht am eigenen Bild“ auseinandersetzen.

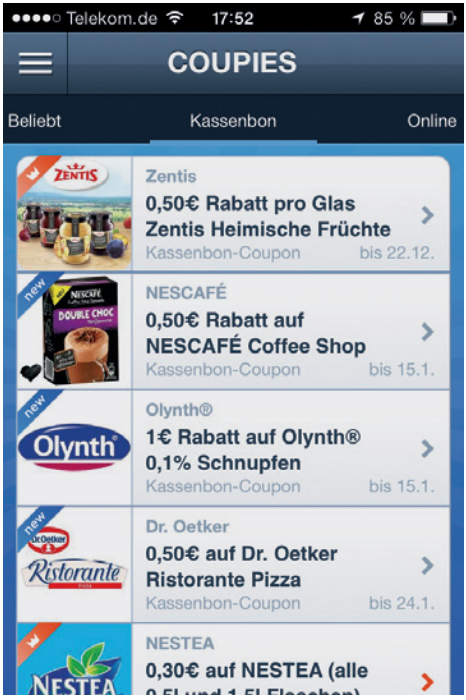
FAZIT

Auf den ersten Blick klingt es so, als ob die Microjobs in wenigen Minuten zu bearbeiten wären. Der Teufel sitzt aber oft im Detail, und dann braucht der Nutzer doch deutlich länger als gedacht. Damit verliert der Verdienst natürlich deutlich an Wert. Microjobs sind darum geeignet für Leute, die sowieso gerade vor Ort sind und vielleicht auch etwas Zeit überbrücken müssen. Gezielt zu einem Microjob zu fahren, um ihn zu fotografieren, lohnt sich im Regelfall nicht. Es kann aber unter Umständen Spaß machen.

UND DAS SAGT DAS FINANZAMT DAZU

Einnahmen aus Microjobs sollte man steuerrechtlich nicht auf die leichte Schulter nehmen. „Wer neben seinem Hauptberuf als Arbeitnehmer auf diese Art Geld verdient, ist nicht nur einkommensteuerpflichtig, sondern kann auch gewerbesteuerpflichtig werden“, sagt Markus Deutsch, Rechtsanwalt und Steuerberater aus Berlin. Aber: Wer nur ab und zu etwas dazu verdient, bleibt bis 256 Euro im Jahr steuerfrei. Der Freibetrag für die Gewerbesteuerpflicht liegt immerhin bei 24.500 Euro. Vorteil der Nebenjobs: „Mit der Tätigkeit zusammenhängende Kosten können steuermindernd abgesetzt werden“. Allerdings dürfen bei nur gelegentlicher Tätigkeit die Ausgaben die Einnahmen in einem Jahr nicht überschreiten, „sonst wird das Minus auf die kommenden Jahre vorgetragen und mit möglichen Einnahmen verrechnet“, so Deutsch. Auch die Umsatzsteuer sollte man im Blick behalten: „Wenn die Umsätze im Vorjahr nicht mehr als 17.500 Euro betragen haben und im laufenden Kalenderjahr 50.000 Euro voraussichtlich nicht übersteigen, fällt keine Umsatzsteuer an“.

KODAK 5005 EPP 27 KODAK



GELD SPAREN MIT COUPIES

Ganz anders als Streetspotr und Appjobber funktioniert Coupies, und doch nutzt man auch dabei die Smartphone-App, um etwas zu dokumentieren: Coupies (http://www.coupies.de/) gibt es ebenfalls gratis für Apple- und Android-Geräte. Um es vorneweg zu sagen: Wer Probleme damit hat, persönliche Daten preiszugeben, sollte an diesem Punkt nicht weiterlesen.

Die App zeigt Sonderangebote in der Nähe an. Im Menü gibt es einen Punkt „Kassenbons“. Dort bieten Unternehmen Rabatte auf den Kauf ihrer Produkte. Beispielsweise bekommt 50 Cent ausgezahlt, wer nachweisen kann, dass er die Marmelade eines bestimmten Herstellers gekauft hat. Die genauen Bedingungen für den Rabatt werden pro Produkt detailliert beschrieben. 30 Cent gibt es für den Kauf eines bestimmten Eistees und sogar 20 Euro, wenn man bis zu einem bestimmten Datum in einem vorgegebenen Baumarkt für mindestens 90 Euro eingekauft hat.

Den Nachweis erbringt der Coupies-Nutzer mit dem Smartphone: Er fotografiert den Kassenzettel ab. Darauf muss erkennbar sein, wo der Nutzer wann was eingekauft hat. Ist der Kassenbon zu groß, hilft es, ihn so zu knicken, dass das entsprechende Produkt und die Rahmendaten ersichtlich sind. Das Geld wird über Paypal ausgezahlt, sobald der Nutzer 5 Euro angesammelt hat. Die Kassenbons muss er bis zu diesem Zeitpunkt aufheben. Das regeln die Nutzungsbedingungen von Coupies (http://www.coupies.de/nutzungsbedingungen)

TETHERED SHOOTING MIT DEM SMARTPHONE

Was bei großen Fotoproduktionen normal ist, wird auch zunehmend im privaten Bereich eingesetzt: Tethered Shooting. Hier erfolgt die Übertragung einer mit einer Spiegelreflex- oder Mittelformatkamera gemachten Aufnahme schon zur Aufnahmezeit auf ein verbundenes (Englisch: tethered) Gerät wie PC, iPad, iPhone & Co. Was dies genau bedeutet und wie das Ganze vonstatten gehen kann, wird in diesem Workshop anhand von zwei verschiedenen Lösungen für iPhone/iPad vorgestellt:

von Ralf Schellen

1. Die direkte Variante: Anbindung ohne Umwege mit der App „ShutterSnitch“
2. Die professionelle Variante: Kontrolle und Steuerung mit der App „Capture Pilot“ und dem Programm „Capture One“ (Hersteller „PhaseOne“)

DAS MOBILE DEVICE ALS UNTERSTÜTZUNGS- UND KOMMUNIKATIONSMEDIUM BEI SHOOTINGS

Eine direkte Kontrolle von Aufnahmen, die mit einer Spiegelreflexkamera (DSLR) gemacht wurden, ist auf dem kameraeigenen Display nicht optimal. Auch kann das erstellte Bild nicht sofort einem größeren Personenkreis zur Verfügung gestellt werden.

Wenn Sie jedoch Besitzer eines mobilen Devices sind, können Sie bei vielen DSLRs sehr einfach Ihr Gerät mit der Kamera verbinden und die Bilder zeitgleich mit dem Auslösen dorthin übertragen. Dies bringt eine ganze Reihe von Vorteilen mit sich:

- die Bildqualität kann sofort auf einem größeren Display kontrolliert werden.
- im professionellen Bereich sieht ein Assistent oder möglicher Auftraggeber (beispielsweise bei Produktionen der Artdirector) sofort das Ergebnis und kann direkt Feedback geben.
- bei einem Shooting mit Model freut sich das Model, die Bilder direkt zu sehen und kann ggfs. im weiteren Shooting das Posing verbessern.
- die mit der DSLR gemachten Bilder können sofort vom mobilen Device verschickt oder veröffentlicht werden; dies lässt sich sogar automatisieren.
- bei einigen Apps kann zusätzlich die Steuerung der DSLR über die App erfolgen.

So richtig Spaß macht das Ganze aber nur, wenn die Anbindung kabellos erfolgt.

Hier benötigen Sie dann entweder eine DSLR mit eingebauter WLAN-Funktionalität oder Sie nutzen eine SD-Speicherkarte mit WLAN-Funktionalität, z.B. von Eye-Fi. Sollte Ihre Kamera dies beides nicht unterstützen, wird in der zweiten Workshop-Variante beschrieben, wie sie dennoch zum Ziel kommen.

Anbindung der Kamera mittels einer WLAN-SD-Karte; Übertragung zum iPad/iPhone über das vorhandene WLAN

DIE DIREKTE VARIANTE: ANBINDUNG OHNE UMWEGE

Die einfache Lösung ist die direkte Bildübertragung der DSLR über ein bestehendes WLAN an das iPad oder iPhone. In dieser Workshop-Variante wird dazu die App „ShutterSnitch“ verwendet und eine Canon DSLR mit Eye-Fi-Karte.

Die Vorbereitung ist relativ einfach: Zunächst wird die Eye-Fi-Karte am Computer konfiguriert, d.h. es wird insbesondere das WLAN, in dem auch das iPad oder iPhone angemeldet ist, mit Zugriffspasswort auf der Eye-Fi-Karte gespeichert. Anschließend muss bei einigen DSLR-Typen die Eye-Fi-Funktionalität im Kameramenü eingeschaltet werden. Nach dem Start der App überträgt die Eye-Fi-Karte dann die gemachten Bilder. Beachten sollten Sie aber, dass die Übertragung des ersten Bildes einige Sekunden mehr in Anspruch nimmt, da dann die Verbindung initialisiert wird. Anschließend erfolgt die Bildübertragung schneller. Eine Übertragung lässt sich natürlich auch mit der App des Herstellers der Eye-Fi-Karten vornehmen, allerdings stehen mit der App „ShutterSnitch“ viele weitere für den Fotografen interessante Funktionen zur Verfügung wie etwa:

- Automatischer Export zu Flickr, Facebook, Dropbox, Zenfolio, Smugmug, FTP und WebDAV, nachdem ein Foto eingetroffen ist.
- Anlegen von Kollektionen für jedes Shooting.
- Sichtbare und hörbare Signale nach Regeln, die Sie als Fotograf selber festlegen können, wie etwa wenn eine Verschlusszeit bei einem Bild unterschritten wurde.
- Bewertung, Histogramm, ...

Ebenfalls ist es möglich, mit der App sehr einfach Aktionen zu definieren. Beispiel: Wenn ein Bild übertragen wurde, soll es automatisch umbenannt, die Metadaten gelöscht, mit einem Wasserzeichen versehen und auf Dropbox zur Verfügung gestellt werden.

Screenshot iPad der App „ShutterSnitch“ hier mit den Funktionen Histogramm und Bewertung.

TIPP

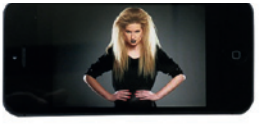
Obwohl die professionelle Produktlinie der Eye-Fi-Speicherkarten auch das RAW-Format unterstützt, ist dieses aber aufgrund des hohen Datenvolumens und der damit verbundenen langen Übertragungszeit in dieser Variante nicht zu empfehlen. Sofern ihre DSLR dies unterstützt, stellen Sie eine der Auflösung des mobilen Devices angepasste (niedrige) Auflösung ein und speichern gleichzeitig zusätzlich noch das Bild auf Ihrer Speicherkarte in hoher Auflösung.

Anbindung der Kamera über PC/Mac;

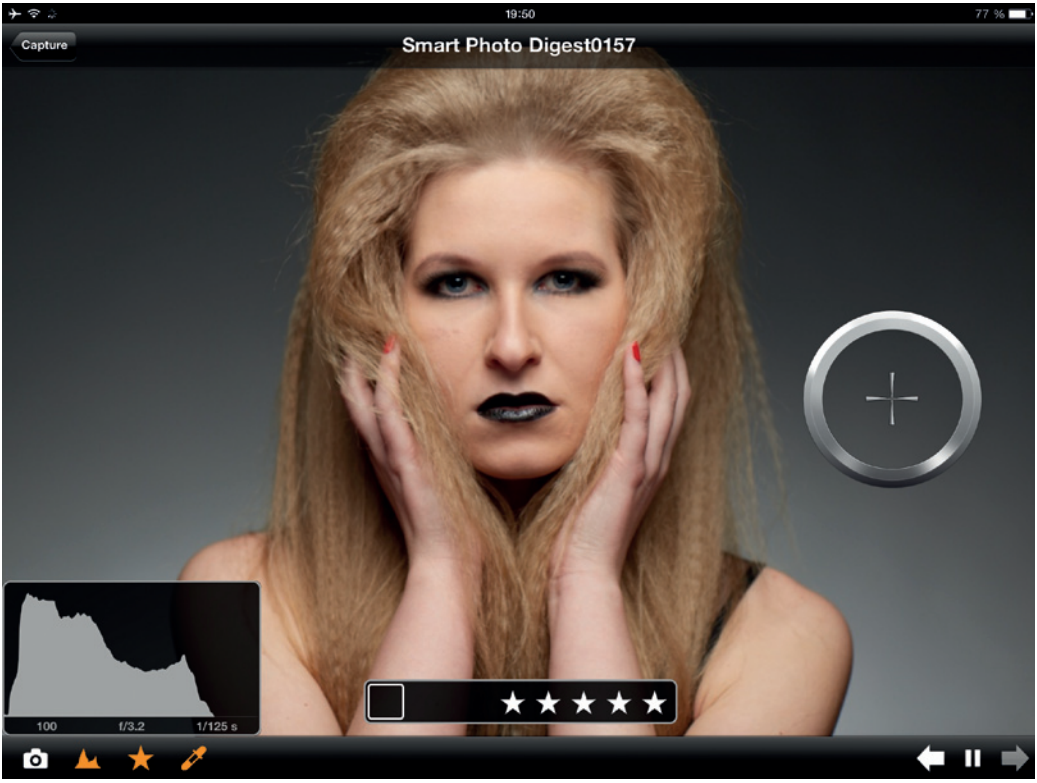
DIE PROFESSIONELLE VARIANTE: KOMPROMISSLOSE KONTROLLE & STEUERUNG

Die professionelle Lösung ist die Bildbearbeitungssoftware „Capture One“ in Verbindung mit der App „Capture Pilot“; beides vom Hersteller „PhaseOne“. Hier wird das DSLR-Bild auf den Computer übertragen. Dies erfolgt kabelgebunden. Der Computer, der dann als Server arbeitet, ist zusätzlich mit dem mobilen Device über WLAN verbunden und stellt die gewünschte Bildansicht zur Verfügung. D.h. ein Bild wird nicht notwendigerweise vollständig übertragen, sondern nur die zur Anzeige in der App benötigten Informationen. Damit wird die Übertragung und Anzeige sehr schnell. Ändert man dann z.B. die Ansicht durch Zoomen in ein Bild, lädt die App die fehlenden Informationen automatisch nach. Dies bedeutet aber auch, dass die Bilder nicht auf dem mobilen Device gespeichert werden. Alle Funktionen der App wirken sich auf den Server aus und werden dorthin übertragen, wie etwa Weißabgleich oder die Vergabe von Bewertungssternen. Der Vorteil ist, dass diese Informationen dann allen angeschlossenen Geräten zur Verfügung stehen.

Die Konfiguration ist denkbar einfach, wenn sich alle Geräte im gleichen WLAN befinden. Dann wird nur innerhalb des Programms „Capture One“ ein „Bildserver“ gestartet, der daraufhin in der App sofort angezeigt und ausgewählt werden kann - damit ist die Verbindung hergestellt. Die Anbindung der DSLR an den Computer erfolgt kabelgebunden über das Programm „Capture One“, welches die angeschlossene DSLR selbstständig erkennt.



Übertragung zum iPad/iPhone über vorhandenes WLAN



Screenshot der App „Capture Pilot“ auf dem iPad.
Hier mit den Funktionen Histogramm, Weißabgleich und Bewertung.

TIPP

Eine Anbindung der Kamera über ein Kabel ist sinnvoll, wenn eine schnelle Übertragung von großen RAW-Dateien vorgenommen werden soll. Mit einem entsprechenden USB-Kabel sind Längen bis 10 Meter durchaus machbar.

Nun stehen Ihnen die Funktionen der App zur Verfügung, z.B. Weißabgleich, Wertung und Histogramm. Als kostenpflichtige Erweiterung der App können Sie ein Steuerungsmodul für Ihre Kamera nachinstallieren, mit der sich Basis-Funktionen der DSLR ansprechen lassen wie z.B. Auslösung, Blende oder Belichtungszeit.

Damit besteht dann die interessante Möglichkeit, gleichzeitig das iPad zur Bildbetrachtung und das iPhone als drahtlosen Fernauslöser zu nutzen.

KODAK 500S EPP 27 KODA

„Capture Pilot“ hier mit den Funktionen mit der Kamerasteuerung als Erweiterung Histogramm, Weißabgleich und Bewertung auf dem iPhone.

Weiterführende Links:
http://www.shuttersnitch.com
http://www.phaseone.com/de-DE.aspx
http://de.eyefi.com

Ralf Schellen arbeitet als Beauty- und Fashion-Fotograf mit Studio in Krefeld.
www.people-and-more.de

FAZIT

Wenn alles einmal eingerichtet ist, macht „Tethered Shooting“ jede Menge Spaß und bringt bei einem stationären Shooting viele Vorteile mit sich. Es gibt unterschiedliche Varianten für die Anbindung. Dabei hat jede Variante ihre Vor- und Nachteile. So ist die professionelle Variante sehr schnell, stabil und besitzt mit dem Programm „Capture One“ eine Bildverwaltung und Bildbearbeitung. Nachteilig sind allerdings die fehlende Übertragungsmöglichkeit ins Internet und der hohe Preis des Programms selber (wobei die Basis-App kostenlos ist). Die direkte Anbindung mittels „ShutterSnitch“ wiederum schwächelt bei der Übertragungsgeschwindigkeit von großen Dateien; zeigt aber Stärken im Verarbeitungs-Workflow sowie in der Connectivity zur Außenwelt. In jedem Fall sollten Sie vor dem Einsatz einer Lösung prüfen, ob Ihre DSLR von den Programmen und Apps unterstützt wird.

VOM HANDY AUFS HANDY: EIGENE HÜLLEN KREIEREN

Individualität ist gefragt, und so verzieren viele Smartphone-Nutzer ihr Gerät mit Hüllen. Die können auch selbst gestaltet werden. Unser Workshop für Adobe Illustrator zeigt, wie es geht.

von Manou Wahl

Dieser Workshop ist für Anfänger, die selten bis gar nicht mit Illustrator bis dato gearbeitet haben. Illustrator kann man als kostenlose Testversion für 4 Wochen frei unter http://www.adobe.com/de/downloads.html downloaden.

Es wurde bewusst ein einfach zu erstellendes Design gewählt, um dieses ohne Probleme nacharbeiten zu können. Diese selbstgestalteten Cases sind ein individuelles Geschenk mit besonderer Note, und was ist schöner als ein selbst gemachtes Geschenk? Und natürlich können Sie damit auch Geld verdienen, mehr dazu später.

1. DIE VORLAGE

Diese Designvorlage wird mit einem Grafik-Tablet von Wacom, dem Bamboo erstellt.

Zunächst öffnen wir Illustrator und legen eine neue Datei an.

▶ Datei: Neu (A4, Hochformat)

▶ Hochformat wählen, damit das Design dann passend für das Case ist und weißer Hintergrund.

Die Werkzeugleisten in Illustrator sind so angelegt, dass der Name des entsprechenden Werkzeugs angezeigt wird, wenn man mit der Maus über die Symbole scrollt. Bei den Werkzeugen, die im rechten Eck ein kleines Dreieck besitzen, befinden sich noch andere Werkzeuge dieser Art; diese lassen sich anzeigen, indem man die linke Maustaste gedrückt hält.

2. DIE GESTALTUNG DES HERZES

Wir wählen das Pinselwerkzeug (linke Werkzeugleiste) mit folgenden Einstellungen:

▶ Kontur 1pt, unregelmäßig, 2ter Ausgangspunkt für Pinsel. Sobald der Pinsel gewählt wurde, erscheint über der Zeichenfläche eine Leiste, um den Pinsel richtig einstellen zu können.

Nun zeichnen wir die erste Seite des Herzes, diese Seite wird dann mit dem ersten Auswahlwerkzeug (ganz oben) markiert. Nun duplizieren wir unsere Auswahl mit Strg+C und fügen sie mit Strg+V wieder ein. Anschließend spiegeln wir unser Duplikat, indem wir die rechte Maustaste drücken, dann auf Transformieren, Spiegeln gehen, es öffnet sich ein Menü, um den Menüpunkt Spiegeln einstellen zu können. Wir wählen vertikal Spiegeln. Anschließend setzen wir das Herz zusammen, an der grünen Hilfslinie können wir erkennen,

ob wir die linke Seite passend eingefügt haben.

Jetzt gestalten wir Stück für Stück das Muster für das Herz. Wir zeichnen mit dem Buntstift. Zunächst stellen wir die Farbe auf Verlauf, den Farbverlauf kann man selbst gestalten, ich habe mich für einen Verlauf von Hellrot bis Lilarot und von Orange bis Rot entschieden. Man stellt den Verlauf ein, indem man das Verlaufswerkzeug auf der rechten Seite doppelt anklickt. Meistens erscheint dann ein Schwarz-Weiß Verlauf, unter dem angezeigten Verlauf sind zwei kleine Farbanfasser, einer z.B. in Weiß, der andere in Schwarz. Auf diesen Farbanfasser klicken wir doppelt, es öffnet sich ein Farbfenster, nun können wir nach Belieben uns einen Farbton auswählen. Mit dem zweiten Farbanfasser verfahren wir genauso, und schon entsteht ein schöner Farbverlauf. Nun zeichnen wir die ersten Konturen mit der Verlaufsfarbe. Ecken werden mit dem Buntstift automatisch abgerundet.

Hier sieht man die Konturen des Herzes sehr deutlich, auch erste Musterverläufe sind realisiert. Anschließend wird die Fläche mit den kreierten Verläufen gefüllt.

Wenn wir dann die Konturen gezeichnet haben, können wir diese wie folgt mit den selbst kreierten Verläufen füllen, indem wir den Pfad mit dem Auswahlwerkzeug anklicken, den wir füllen möchten. Dann Doppelklick auf den gewünschten Farbverlauf (rechte Werkzeugleiste), mit dem Formerstellungswerkzeug die Fläche mit dem gewünschten Verlauf füllen, indem wir über die markierte Fläche mit dem Formerstellungswerkzeug scrollen, dabei wird die Fläche punktiert; einmal klicken und schon ist die Fläche mit dem Farbverlauf gefüllt. Das wird so lange wiederholt, bis das Herz komplett gefüllt ist. Wichtig, dass man die Herzkonturen als Begrenzung nützt und das Muster zur Begrenzung hin harmonisch und abschließend gestaltet.

3. DER HINTERGRUND

Um dem Herz einem nostalgischen Touch zu geben, gestalten wir einen leicht vergilbten Hintergrund!

Wir wählen das Rechteckwerkzeug und ziehen es über unsere gesamte Zeichenfläche. Bei der Farbauswahl wählen wir ein helles Beige, die Deckkraft der Fläche setzen wir auf 30 Prozent. Dann benützen wir wieder die rechte Maustaste und klicken auf den Befehl Anordnen. Wir setzen diese Farbfläche in den Hintergrund.

Hier kann man deutlich den Fortschritt der einzelnen Musterstücke erkennen, erst, wenn das Herz komplett ausgefüllt ist, ist dieser Gestaltungsteil fertiggestellt.

4. SCHRIFTART UND PINSELSTRICH

Anschließend habe ich mit einem Splash-Symbol aus meiner Bibliothek noch ein wenig Schwung in das Bild gebracht. Diese Symbole findet man in der rechten Werkzeugliste als Kleeblatt, wenn man dieses Menü öffnet, findet man zunächst die Standardsymbole. In der linken Ecke dieses Menüs befindet sich der Button Symbol Bibliotheken, dort findet man sehr unterschiedliche Designvorlagen. Man kann viele Symbole aber auch frei auf diverse Seiten downloaden. Mit dem Werkzeug Sprühdose kann ich diese aufsprühen. Dann wende ich aus der Effekt Galerie den Effekt ‚Schwamm' an. Damit gewinne ich an Struktur. Jetzt suche ich den passenden Text und die passende Schrift, um das Design abzurunden. Die Schrift heißt ‚Nothing You Could Say' , Kontur 2,0 pt rot, lila als Hauptfarbe.
Um die Schrift plastischer darstellen zu können, bediene ich mich des Stilisierungsfilters ‚Schlagschatten', Hintergrundfarbe des Filters schwarz. Den Stilisierungsfilter findet man unter der Rubrik Effekte! (Menüleiste oben).

Hier wurde bewusst eine Schreibschrift gewählt, um den nostalgischen Touch zu verstärken.

5. DAS KATZENPÄRCHEN

Um das Design noch abzurunden, zeichne ich nun in einer neuen Datei ein Katzenpärchen. Ich verwende den Buntstift und male eine S-förmige Figur, welche ich dann mit einem Verlauf (Formerstellungswerkzeug, siehe oben) Dunkelgrau-Hellgrau fülle. Falls der Schwanz mal eine Ecke bekommt, kann ich nachträglich mit dem Werkzeug ‚Ankerpunkt konvertieren Werkzeug' diesen Ankerpunkt so konvertieren, dass die Ecke verschwindet. Man findet dieses Werkzeug unter dem Zeichenstift. Für das Katzenmädel kopiere ich mir diese Figur (Strg+C) , füge sie mit STRG+V ein, spiegele und skaliere sie kleiner, sodass die beiden Katzenschwänze zusammen ein Herz ergeben. Den Körper erstelle ich wiederum mit dem Buntstift; wie man erkennen kann, wurde ein flaschenförmiger Körper gewählt. Auch hier wird die Fläche zwischen den Konturen mit einem Verlauf in Grau-Schwarz gefüllt. Der Kopf besteht aus einer Ellipse (Ellipsewerkzeug). Mit dem Radiergummi werden die Ausspa-

Hier kann man noch einmal die einzelnen Komponenten gut erkennen, so sollte das Bild Katze dann am Ende aussehen.

rungen für die Ohren aus der Kontur der Ellipse gelöscht. Nun werden mit dem Buntstift die Ohren der Katzen gezeichnet. Wir füllen die Fläche wieder mit einem grauen Verlauf. Anschließend noch Augen, Mund, Nase und Schnurrhaare einzeichnen. Nun fügen wir alles zusammen.

6. FERTIGSTELLUNG

Die beiden Katzen setzen wir dann in unser Herzbild ein, mit dem Auswahlwerkzeug markieren und kopieren (Strg+C), dann öffnen wir unsere Heart Cases Datei und fügen die beiden Katzen mit Strg+V ein, anschließend an die richtige Stelle positionieren und den Befehl ‚Anordnen nach hinten' ausführen. Zum finalen Schluss mit dem Auswahlwerkzeug noch einmal die beiden Katzen markieren und den Stilisierungsfilter ‚Schlagschatten' anwenden. Dadurch wirkt das Bild plastischer.
Und schon ist ein ganz persönliches Geschenk fertig, welches sicherlich viel Freude bringt. Design bei diversen Anbietern hochladen, das richtige Handy wählen und ein paar Tage später freuen wir uns.
Anbieter sind zum Beispiel:

- Dein Design, www.designskins.com
- Handycover24, www.handycover24.com
- YourSurprise, www.yoursurprise.de

GELD VERDIENEN MIT DESIGNVORLAGEN

Bei der Gestaltung ist alles möglich. Für Fortgeschrittene bietet Illustrator jede Menge Kreativität und neue Möglichkeiten, um Geld zu verdienen. Die Gestaltung der Cases können für Firmen als wirksames Werbegeschenk angeboten werden, indem man das Firmenlogo in das Design mit integriert. Hier sind noch weitere Design Vorschläge, es gibt keine Grenzen bei der Gestaltungsmöglichkeiten.

Das finale Design ist fertig.

Design-Kreationen für Samsung S2 und Samsung S4! Gerade diese Aktion Design Vorlagen sind sehr gefragt und werden ständig nachbestellt. So kann man zusätzlich Geld mit Handy-Accessoires verdienen.

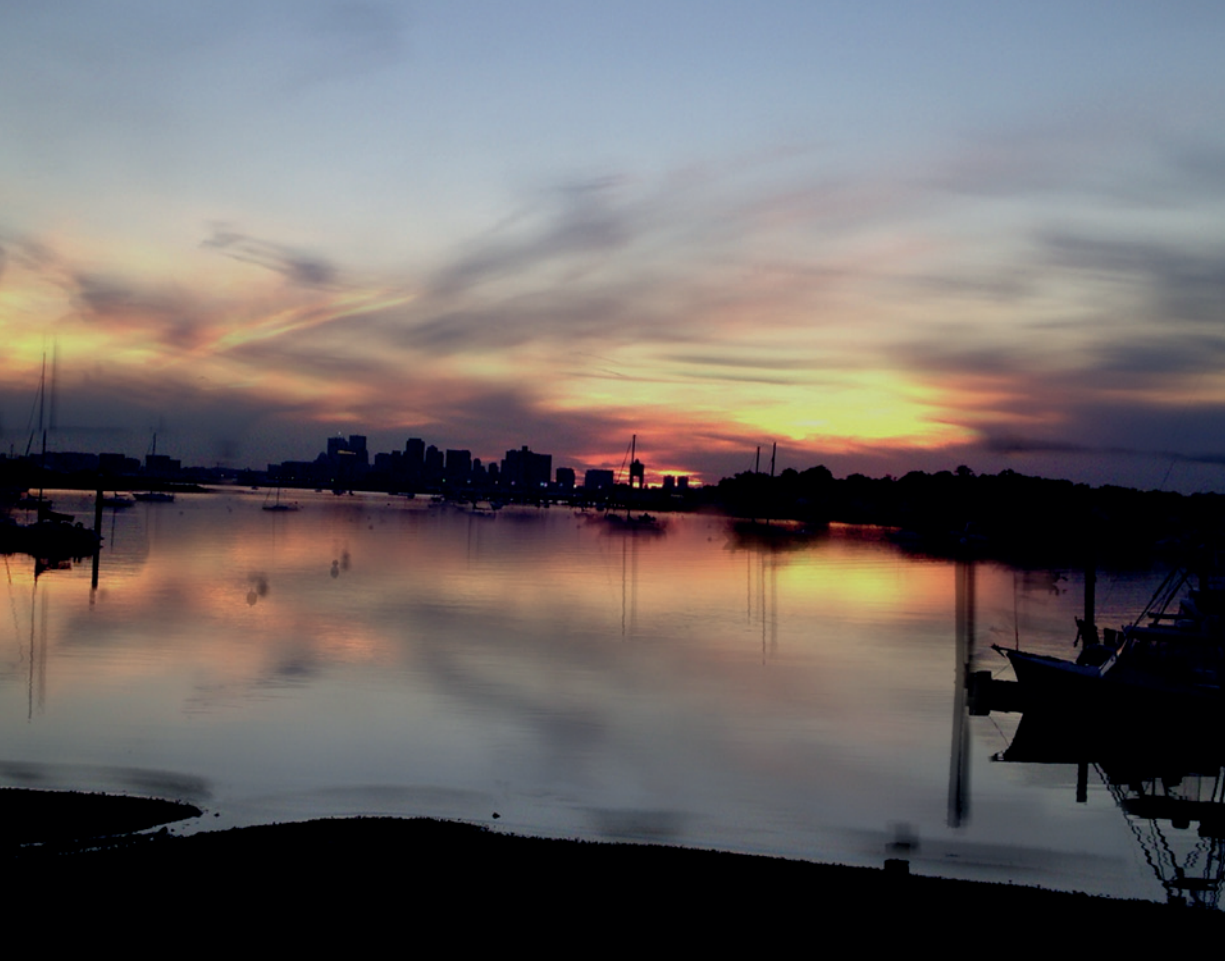
LANGZEITBELICHTUNGEN MIT DEM SMARTPHONE

Bei Tageslicht kann jeder Fotos machen. Spannend wird es aber, wenn es darum geht, in der Dämmerung oder sogar nachts zu fotografieren. Erstens versagen dabei die Smartphonekameras häufig, zweitens sind diese Bilder aber besonders interessant, wenn man vorhandene Lichtquellen gezielt zur Bildgestaltung einsetzt. Die passenden Apps helfen hier weiter.

von Bettina Blaß

Kennt jeder: Gebäude oder Straßen, die nachts beleuchtet sind, sehen stimmungsvoll aus. Will man die Szene mit dem Smartphone festhalten, kommt oft nur ein dunkles Wischwasch dabei heraus. Noch schlimmer, wenn man blitzt. Denn dann bleibt von der Stimmung nichts mehr übrig. Mit der Spiegelreflexkamera macht man in solchen Situationen Langzeitbelichtungen. Dafür benötigt man allerdings ein Stativ, wenn die Lichtspuren nicht absichtlich als verwackelte Linien festgehalten werden sollen. Nur dann ist das Foto scharf.

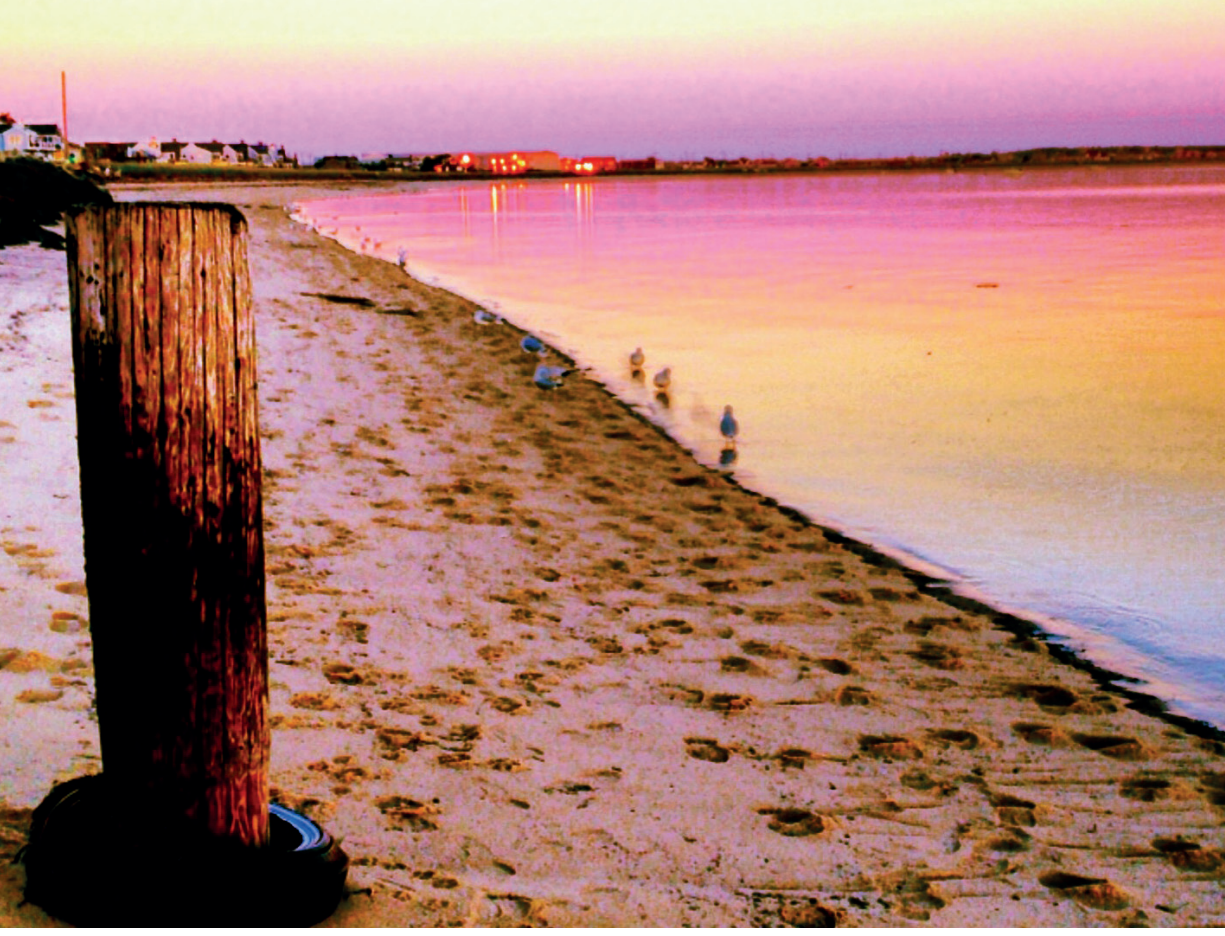
Wer keine Spiegelreflexkamera hat, und außerdem kein Stativ mitschleppen möchte, kommt wie so oft mit den richtigen Apps weiter: LongExpo und Slow Camera Shutter Plus sind nur zwei Instrumente von vielen, die in diesen Situationen weiterhelfen. Allerdings funktionieren beide nur auf Apple-Geräten.



Boston im Sonnenuntergang. Der Himmel und das Wasser sind in Bewegung. Die Skyline, die Küste und die Boote sind nachträglich geschärft worden.

SO FUNKTIONIERT LONGEXPO

Das Bild, das mit LongExpo aufgenommen wird, ist zunächst unscharf. LongExpo bietet aber die Möglichkeit, über „Motion“ die Bewegung rückgängig zu machen – komplett oder schrittweise. Dazu verschiebt man einen Regler und kann so den Grad der Bewegung festlegen. Ist das Motiv perfekt, wird es richtig spannend. Denn im nächsten Schritt gibt es einen „Magic Sharpener“. Mit ihm kann man Teile des Bildes schärfen, andere in Bewegung lassen. In der App gibt es ein rennendes rotes Männchen. Wer es aktiviert und mit dem Finger auf dem Bild malt, sieht so in Rot, welche Teile man gerade schärft. Wer zu Viel scharf gezeichnet hat, kann mit „Blur“ das Bild wieder verwackeln.



Das Smartphone stand während der Aufnahme auf einem Stativ. Die Bewegung wurde so weit zurückgenommen, dass das Wasser noch eingefroren aussieht, die Bewegung der Vögel aber kaum wahrnehmbar ist. Dann wurden die Farben intensiviert.

DAS KANN SLOW CAMERA

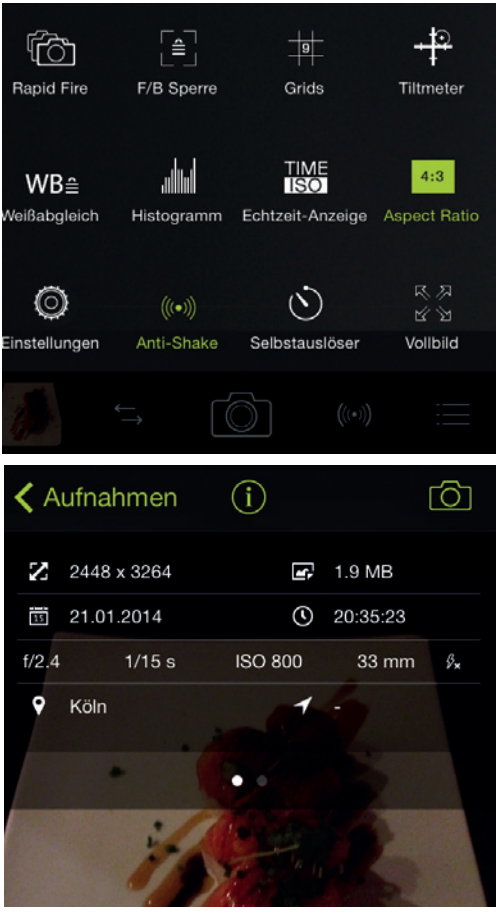
Ist das Foto mit der App Slow Camera gemacht, kann man über einen Regler einstellen, welchen Teil der Belichtung man gerne nutzen möchte. So ist mehr oder weniger Bewegung auf dem Bild zu sehen. Im nächsten Schritt kann das Bild weiterbearbeitet werden: Effekte, Sticker, Ausrichtung, Helligkeit, Kontrast, Sättigung – hier lässt sich viel verändern. In der kostenlosen Version nervt die Werbung, die ständig aufpoppt.

Die Apps:

- LongExpo - Tripod-free long exposure and slow shutter camera. Für Apple-Produkte, 0,89 Euro. Es gibt auch eine kostenlose Version.
- Slow Camera Shutter Plus PRO FREE for Instagram. Für Apple-Produkte, kostenlos.
- Eine Übersicht über Langzeitbelichtungs-Apps für Android gibt es bei Appcrawlr: http://appcrawlr.com/android-apps/best-apps-long-exposure-mode

NEUE FUNKTIONEN FÜR PROCAMERA

In der letzten Ausgabe hatten wir Ihnen ausführlich die vielen Möglichkeiten der iPhone-App ProCamera vorgestellt. Einige Updates haben seitdem viele neue Funktionen und ein neues Design mitgebracht.



Die Oberfläche wurde an iOS 7 angepasst, viele neue Funktionen machen das Update lohnenswert.

(ts) Die Oberfläche der App ist nun wesentlich aufgeräumter und wurde der neuen iOS-Version 7 angepasst. Entsprechend trägt die App im App Store von iTunes nun auch den Namen ProCamera 7. Interessante neue und erweiterte Funktionen sind zum Beispiel eine verbesserte Anzeige der EXIF-Daten, die auch vorhandene Geotags ausgibt.

Zur Bildbearbeitung sind diverse neue Filter und Effekte hinzugekommen. Wer mindestens ein iPhone 5 nutzt, kann die Geschwindigkeit der Kamera mit ProCamera 7 voll ausreizen. Bis zu 8 Fotos pro Sekunde sind möglich. Es gibt Echtzeit-Histogramme, die Fokus- und Belichtungssteuerung wurde verbessert. Wer Videos machen möchte, wird am Echtzeit-Video-Zoom mit Videostabilisierung und den Zeitlupen-Videoaufnahmen Gefallen finden.

Mit der neuen Version wurde auch wieder zum ursprünglichen Preis von 4,49 Euro zurückgekehrt.

PROJEKT #SANDY

Der Hurrikan Sandy im Oktober 2012 hat große Schäden verursacht. Doch zugleich war er eines der ersten Ereignisse, die auf herausragende Weise mit Smartphone-Fotos dokumentiert wurden.

von Heike Rost

Eine Bewohnerin von Breezy

147 Tote und rund 75 Milliarden Dollar Sachschaden – mit dieser fürchterlichen Bilanz schreibt Sandy nicht nur Geschichte als schlimmster Hurrikan seit Beginn der Wetteraufzeichnung, sondern auch in den sozialen Netzwerken. Unter den Hashtags #Sandy und #HurricaneSandy explodieren innerhalb von nicht einmal 24 Stunden die Zahlen der auf Twitter und Instagram veröffentlichten Smartphone-Bilder – von einigen Hunderten auf weit über eine Million Bilder. Die beiden Netzwerke sind zugleich Nachrichtenzentrale für Bewohner der Gebiete, in die Sandy eine Schneise der Verwüstung schlägt: Nachbarn, Freunde und Verwandte erzählen ihre ganz persönlichen Geschichten, halten sich gegenseitig über Schäden, blockierte Straßen und ihren Alltag im Sturm auf dem Laufenden.

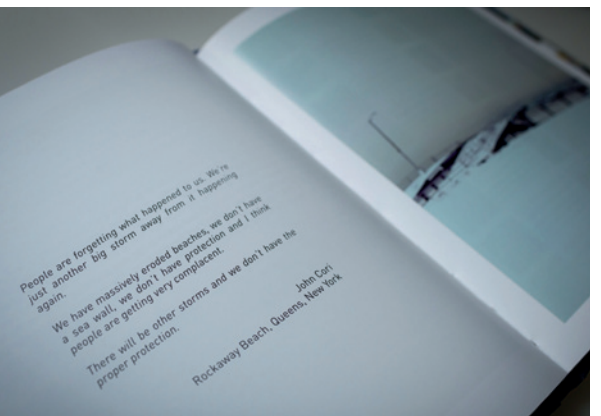
Point steht staunend zwischen der Zerstörung, die von Sandy ausgelöste Brände hinterlassen haben. Foto: Benjamin Lowy

Nachrichtenzentrale sind Twitter und Instagram auch für viele große Magazine. Im Auftrag des TIME Magazine dokumentieren mehrere Bildjournalisten die Auswirkungen des Sturms – und schreiben ebenfalls mediale Geschichte: Waren Reportagen mit den gelegentlich als „Knipskisten“ bespöttelten Smartphones bis dato eher bildjournalistische Ausnahme, wurden die beeindruckenden Bilder, mit vergleichsweise spartanischem Werkzeug gemacht, in kompletten Bildstrecken und auf Titelseiten veröffentlicht. Das ein oder andere von ihnen ist mittlerweile so bekannt, dass man sie als „iconic“, als Teil eines visuellen kollektiven Gedächtnisses, bezeichnen könnte. Nicht zum ersten Mal lösten die Titelbilder und Reportagen auch geharnischte Diskussionen um Berufshaltung und Ausrüstung aus.

Nachdem es von den Fluten aus seiner Verankerung gerissen wurde, treibt ein Haus mitten auf einem See. Das nächste Gebäude ist Hunderte von Yards weit weg. Foto: Andrew Quilty (links).
Eine Halloween-Nachricht auf einem Grundstück: „Hey Sandy fuck you“, Breezy Point, New York. Foto: Nicole Sweet (unten)

Benjamin Lowy, einer derjenigen Bildjournalisten, die für TIME unterwegs waren, kontert in seinem Blog – und beschreibt die Faszination seiner Arbeit mit dem Smartphone: Es ist die Leichtigkeit der Ausrüstung, die anstelle sperrigen Equipments tritt. Schnell, handlich, unaufdringlich, nicht belastend, die physischen Vorteile des handlichen Smartphones erleichtern den Fotografen ihre Arbeit. Durchaus im physischen Sinne, aber vor allem auch, was die Annäherung an Menschen und Situationen betrifft. „Mithilfe von Bildern in den sozialen Netzwerken haben wir Leser mit Informationen versorgt, ganz ohne Sensationsgier“, sagt Ed Kashi, Bildjournalist und ebenfalls unterwegs im Auftrag von TIME. Das Smartphone als Bildquelle – und zugleich Kommunikationsmedium in Echtzeit, das auch nicht mehr als Kamera des Profis und damit Störfaktor wahrgenommen wird: „Überall, wo ich hinging, haben Leute mit ihren Smartphones fotografiert.“

Auch Wyatt Gallery, Fotograf, beschreibt im Vorwort des Buches seine Erfahrungen: Ganz bewusst verzichtete er auf DSLRs und setzte ausschließlich auf sein Smartphone. Postete Bilder via Instagram, Facebook und Twitter – und war überrascht, wie viel Hilfsbereitschaft und Anteilnahme die Bilder unter seinen Followern auslöste. „Wie können wir helfen? Wo können wir uns als Freiwillige melden?“ Diese Reaktionen sei-



ner Fans machen für Wyatt Gallery einen wesentlichen Unterschied zwischen Print- und Online-Welt: Die persönliche, unmittelbar erzählte visuelle Geschichte über die katastrophalen Auswirkungen des Hurrikans hat viele Betrachter der Fotos unmittelbar mit einbezogen – und dazu animiert, selbst aktiv zu werden und zu helfen.

Ein Jahr später: Noch immer leiden die Opfer von Sandy unter den Folgen des Sturms. Finanziell stehen sie am Rande ihrer Möglichkeiten und oft genug vor den Trümmern ihrer Existenz. Noch immer ist die Zerstörung allgegenwärtig, die Hoffnung auf rasche Schadensbeseitigung längst Geschichte und erledigt. Das ist der Ausgangspunkt für das Projekt „#Sandy“. Entstanden aus einer gemeinsamen Idee von Wyatt Gallery, Benjamin Lowy und Ruddy Roye, startete #Sandy zum Jahrestag des Hurrikans. Sean Corcoran, Kurator für Fotografie am Museum of the City of New York, hat eine Ausstellung aus zahlreichen Bildern konzipiert, die zeitgleich auch als Buch erschienen ist. „Gesehen mit den iPhones bekannter Fotografen“, so der Untertitel von Projekt und Buch, ist eine beeindruckende, spannende Zusammenstellung geworden. „Zum Anfassen“, sagt Wyatt Gallery dazu, „ein Buch existiert auch physikalisch, ohne dafür irgendetwas anschalten zu müssen. Auf Computer, TV oder Smartphone ist das wie ein Schrank, der geöffnet werden muss. Ein Buch im Bücherregal oder auf dem Tisch ist einfach da – und zwingt Dich damit zur Aufmerksamkeit.“

Der quadratische, schlanke Band im Format 21 x 21 cm versammelt sensible Porträts von Menschen, die versuchen, ihre Habseligkeiten aus den Trümmern zu retten und deren Ge-

links: Blick ins Buch – Repros Heike Rost; rechte Seite: Eine Frau bringt Familienfotos in Sicherheit. Foto: Ruddy Roye

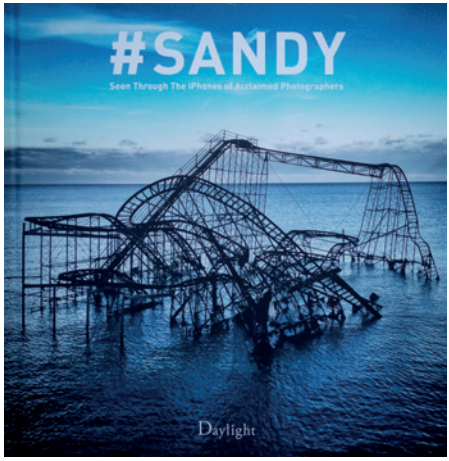
sichter den Schrecken spiegeln. Details wie hoffnungsvolle oder ironische Graffiti wie „Fuck you, Sandy“ auf einem Halloween-Kürbis, überflutete Straßen, zerstörte Wüsten, wo vorher Häuser und Gärten zu finden waren. Immer wieder zwischen den Bilderseiten eingestreut: Zitate von Menschen, die den Fotografen nicht nur beim Fotografieren, sondern auch in vielen Gesprächen begegnet sind.

#Sandy ist ein berührendes, emotional dichtes Werk aus insgesamt 94 Fotografien. Die Kombination eher schlichter technischer Möglichkeiten, der ausschließlichen Bearbeitung der

Point Pleasant, New Jersey. Foto: Ed Kashia

Bilder via Smartphone und die individuelle Sichtweise der 20 Fotografen resultieren in einer sehr eigenen visuellen Ästhetik. Über die Entstehung der Bilder hinaus belegt #Sandy eindrucksvoll, dass die Debatte um Smartphones und ihren Einsatz in der Fotografie vollkommen überflüssig ist. Ein inspirierendes Muss für die Büchersammlung von Bildjournalisten, die das Buch über die Website des Projektes kaufen können. Und gleichzeitig auch eine sinnvolle Investition: Denn sämtliche Fotografen, die am Projekt beteiligt sind, haben ihre Smartphone-Fotos honorarfrei zur Verfügung gestellt; der Erlös von mittlerweile mehr als 23.000 US-Dollar durch den Verkauf von Ausstellungsprints und einer signierten Sammler-Edition des Buchs kommt in voller Höhe den Opfern des Hurrikans Sandy zugute.

DIE BETEILIGTEN FOTOGRAFEN MIT LINKS ZU IHREN INSTAGRAM-ACOUNTS:



Die Website zu Projekt und Buch: http://www.hashtagsandy.com – mit Bildergalerie, weiteren Informationen und Shop, über den das Buch bestellt werden kann.

13th Witness – http://instagram.com/13thwitness
Brent Bartley – http://instagram.com/punchdrunknyc
Michael Christopher Brown – http://instagram.com/michaelchristopherbrown
Dylan Chandler – http://instagram.com/dirtydeuce
Giles Clarke – http://instagram.com/clarkegiles
Yosra El-Essawy – http://instagram.com/itsyosra
Wyatt Gallery – http://instagram.com/wyattgallery
Duffy Higgins – http://instagram.com/duffya76
Sam Horine – http://instagram.com/samhorine
Ed Kashi – http://instagram.com/edkashi
Benjamin Lowy – http://instagram.com/benlowy
Lyle Owerko – http://instagram.com/lyleowerko
Andrew Quilty – http://instagram.com/andrewquilty
Richard Renaldi – http://instagram.com/renaldiphotos
Ruddy Roye – http://instagram.com/ruddyroye
Erica Simone – http://instagram.com/ericasimone
Nicole Sweet – http://instagram.com/nicolesweet
Hank Willis Thomas – http://instagram.com/hankwthomas
Craig Wetherby – http://instagram.com/mistergoodlife
Stephen Wilkes – http://instagram.com/stephenwilkes

DIE GEWINNER # ALLTAG

1. PLATZ: BABYAUGEN

Wolfgang Bräunig

2. PLATZ: KIND VOR STROHBALLEN

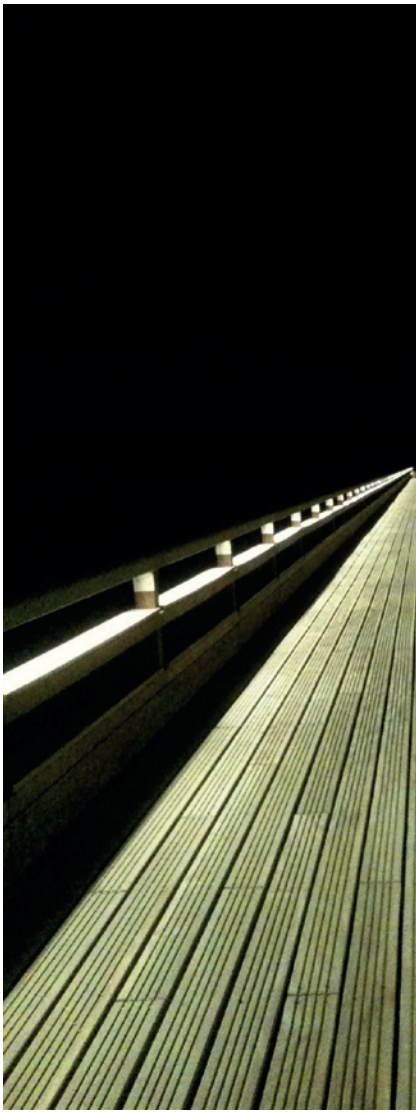
Hazal Sila

In unserer ersten Ausgabe hatten wir zu unserem Fotowettbewerb aufgerufen. Über 1200 Einsendungen haben uns die Auswahl nicht einfach gemacht. Hier sehen Sie die Gewinnerbilder in den Kategorien Kunst und Alltagsfotografie, auf Seite 90 die Gewinner-Bildreportage.

3. PLATZ: MÖWEN

Das Bild entstand im November 2012 auf der Insel Büsum während eines Familienurlaubs. Fotografiert hat es die 30-jährige Nina Miehe mit einem iPhone 4S. „Der Wind am Strand war so stark, dass die Möwen fast schwerelos in der Luft zu stehen schienen“, erklärte Miehe der PIAG-Zentralredaktion. Miehe hat einen 2-jährigen Sohn und lebt mit diesem und ihrem Lebensgefährten in der Nähe von Goslar in Niedersachsen.

KUNST

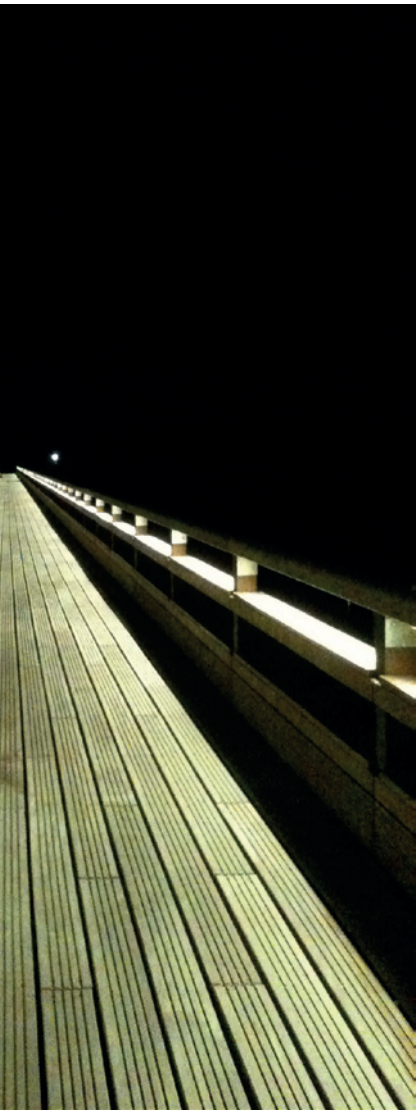


1. PLATZ: HOCHHAUS

Das Bild zeigt das Hauptquartier der Inter Active Corporation in New York. Der Fotograf Torben Wieg hat es mit einem iPhone 5 mit aktivierter HDR – Funktion aufgenommen. Wieg kommt aus Witten an der Ruhr und ist 36 Jahre alt. Ende Juni des vergangenen Jahres hat ihn sein Arbeitgeber in die USA geschickt. Das Bild entstand auf einer Rundfahrt durch Lower Manhatten mit einem Sightseeing-Bus.

2. PLATZ: SEEBRÜCKE BEI NACHT

Die Aufnahme stammt von der 24-jährigen Jana Mebus aus Heiligenhafen an der Ostsee. Von Beruf ist Mebus Segelmacherin. Fotografieren ist ihr Hobby, seit sie 13 Jahre alt ist. Sie durfte damals die neue Spiegelreflexkamera ihrer Mutter ausprobieren,



die ihr spontan bestätigte, sie habe ein gutes Auge für schöne Motive. Das Foto entstand bei einem späten Spaziergang mit Freunden zur Seebrücke Heiligenhafen. Mebus verwendete dafür die Standard-Kamera-App ihres iPhone 3GS.

3. PLATZ: SCHATTENMANN

„The man who is slower than his shadow" ist der Titel dieses Bildes. Die Fotografin Denise Maurer nennt es eine satirische Hommage an romantische Westernhelden, die von Sonnenuntergängen träumen. Das Bild wurde mit einem iPhone 3S und der App ProCamera aufgenommen und mit den Apps Touch Retouch, Juxtaposer, PS Express, Blender und Pic Grunger bearbeitet. Texte und Bilder sind die favorisierten Formen des Selbstausdrucks der in der Schweiz lebenden Künstlerin und ihr „Smartphone aus dem Apfelhaus ist das ideale Werkzeug". Sie nimmt an Ausstellungen teil und publiziert in Büchern, Zeitschriften und Internet.

DAS MÜNCHNER OKTOBERFEST

In der Kategorie Reportage hat Alexander Hassenstein aus Erding seine Fotos vom Münchner Oktoberfest eingereicht, die die Jury auf den ersten Platz wählte. Die Bilder entstanden mit einem iPhone 5.

von Ulrich Philipp

Alexander Hassenstein hat im richtigen Moment den Auslöser gedrückt.

Das Münchner Oktoberfest, von der einheimischen Bevölkerung „Wiesn“ genannt, fand erstmals im Jahr 1810 statt. Der Bankier und Major Andreas Michael Dall‘ Ami richtete anlässlich der Hochzeit von Prinzessin Theresia und Kronprinz Ludwig am 12. Oktober ein großes Pferderennen aus, seither heißt das Gelände Theresienwiese.

Oktoberfeste waren in Bayern früher weit verbreitet. Sie dienten dazu, das eingelagerte Märzbier vor Beginn der neuen Brausaison aufzubrauchen.

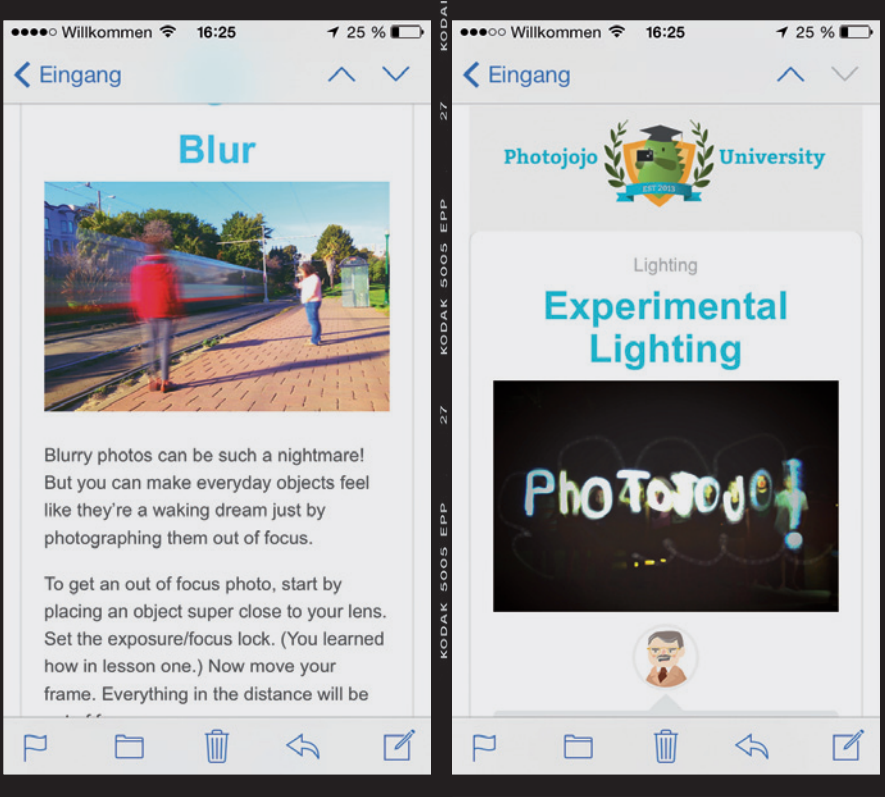
Mit mehr als sechs Millionen Besuchern gilt die „Wiesn“ heute als das

Heute oder anno dazumal? Die Bilder verraten es nicht.

Besonders haben der Jury die außergewöhnlichen Perspektiven wie beim Bild links gefallen.

größte Volksfest der Welt. Zahlreiche Gäste kommen aus dem Ausland, vorwiegend aus Italien, den USA, Japan und Australien.

Es gibt ca. 200 Schaustellerbetriebe, davon sind etwa 80 Fahrbetriebe. Zu den traditionellen Fahrbetrieben gehören die sogenannte Hexenschaukel und das Teufelsrad, 1880 wurde erstmals ein Riesenrad aufgestellt.



Es ist ja nicht so, dass sich das Fotografieren mit dem Smartphone grundlegend von der herkömmlichen Fotografie unterscheidet. Man hat ein Motiv, drückt den Auslöser, fertig. Ja, das ist ganz stark vereinfacht und in der Praxis etwas aufwendiger. Jeder Profi-Fotograf weiß das. Daher richtet sich der Online-Fotokurs der Photojojo University auch eher an Einsteiger – zumindest was das Fotografieren mit dem Smartphone angeht.

von Timo Stoppacher

FOTOGRAFIEREN NEU LERNEN

Einen Monat lang alle paar Tage eine E-Mail mit ein paar Grundlagen des Fotografierens und einer kleinen Aufgabe – das ist das Grundgerüst des Online-Kurses Phoneography 101 von Photojojo. Bei Photojojo dreht sich alles rund ums Fotografieren, egal ob mit dem Smartphone oder mit einer Kamera. Auch gibt es einen Shop, in dem viel nützliches und witziges Zubehör angeboten wird.

Der Online-Kurs Phoneography 101 kostet 10 US-Dollar und kann mit PayPal bezahlt werden. Damit sowohl iPhone- als auch Android-Nutzer etwas lernen, gibt es den Kurs für beide Systeme. Die Kurse beginnen immer am Ersten eines Monats. Zum Kursstart wird man mit der Kamera des Smartphones vertraut gemacht, und es werden die einzelnen Buttons und Funktionen erläutert. Übrigens kommen die E-Mails in einem Format an, das auf das Smartphone optimiert wurde. So lassen sich die Lektionen direkt auf dem Gerät nachverfolgen. Lediglich Englischkenntnisse müssen vorhanden sein.
In den einzelnen Lektionen geht es unter anderem um Bildaufbau und -komposition, Beleuchtung, kreative Effekte, unkonventionelles Zubehör sowie das Bearbeiten der Fotos. Jede Lektion hat eine Übungsaufgabe, bei der das Gelernte umgesetzt werden soll. Ob Sie das auch tun, bleibt natürlich Ihnen überlassen. Das Ergebnis können Sie bei Instagram teilen. Unter #pjuniversity finden Sie die Resultate anderer Kursteilnehmer.

Für 10 US-Dollar kann man sich für den Online-Kurs Phoneography 101 anmelden.

FAZIT

Ein Profi braucht den Kurs nicht, es sei denn, er fremdelt mit Smartphones generell. Dann hilft der Kurs sicherlich, ein paar Berührungsängste abzubauen. Für Einsteiger in die Fotografie generell ist der Kurs ein günstiges und leicht verständliches Mittel, das neue „Arbeitsgerät“ Smartphone-Kamera ein wenig besser kennenzulernen. Und der Kurs ist vielleicht auch eine Geschenkidee.

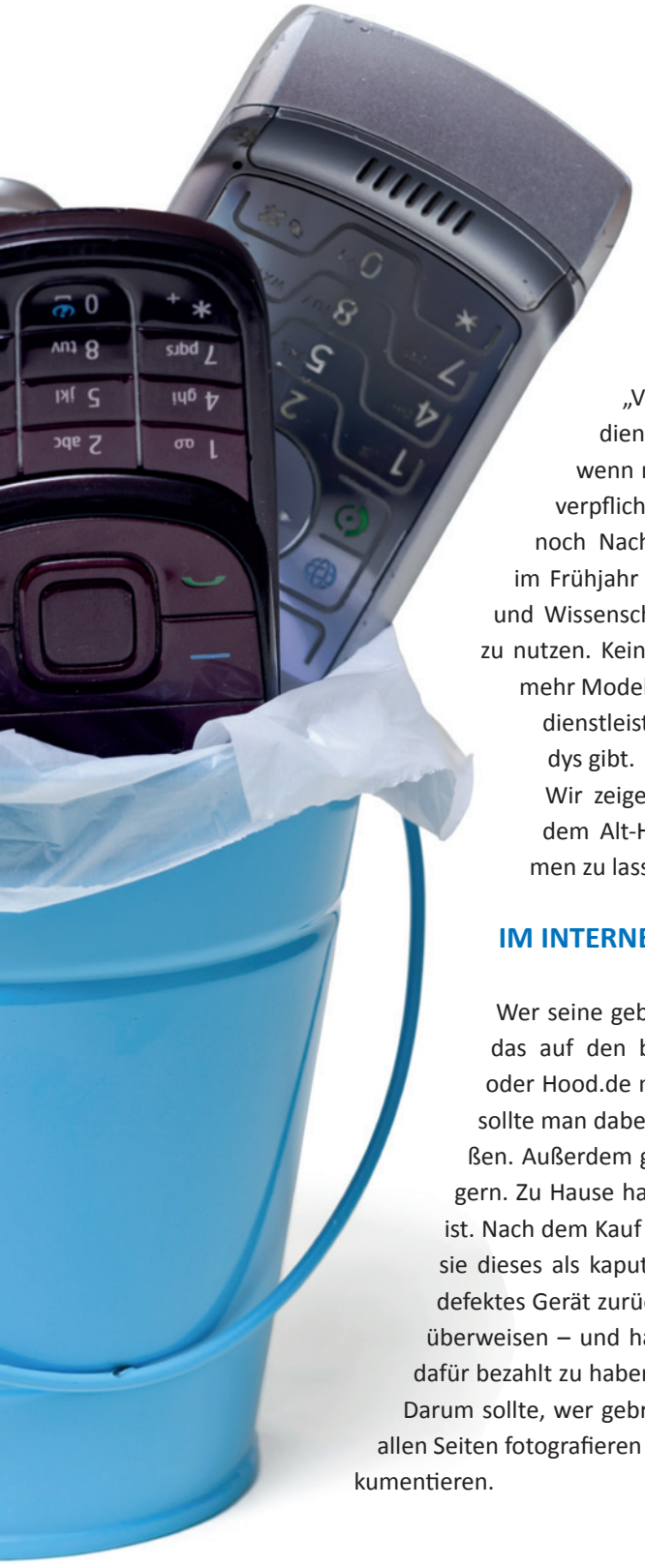
Ein Bild zur Lektion Licht.

LÄNGST KEIN ELEKTROSCHROTT

Gebrauchte Handys dürfen nicht in den Hausmüll. Das ist jedoch kein Problem, denn das Interesse an ihnen ist groß.

von Bettina Blaß

Weihnachten ist vorbei, und unter vielen Bäumen lagen neue Handys. Aber: was soll man mit den alten Geräten machen? Viele scheinen sie einfach zu vergessen. Denn das Ergebnis einer Umfrage des Hightech-Verbands Bitkom von Ende 2012 war, dass etwa 50 Millionen Bürger fast 86 Millionen alte und ungenutzte Handys zu Hause haben.
Wer nun auf die Idee kommt zu entrümpeln und seine alten Mobilfunkgeräte einfach im Hausmüll entsorgen will, macht einen Fehler. Denn dort dürfen die Geräte aufgrund des Elektrogesetzes auf keinen Fall hinein. In den Geräten sind außerdem kleine Mengen Rohstoffe enthalten – Kupfer, Gold, Silber und Seltene Erden beispielsweise –, die ihren Ankauf interessant machen. „Die Rohstoffe lassen sich zu 80



Prozent wiederverwerten“, so Axel Koch, der beim Bundesverband Digitale Wirtschaft die Unit Enterprise Mobility leitet. Ihre Aufgabe ist es, Unternehmen für das mobile Zeitalter fit zu machen – und darum kennt er sich bestens mit der Thematik rund um die besagten Geräte aus. „Viele Hersteller und Telekommunikationsdienstleister nehmen die alten Geräte zurück, wenn man ein neues kauft“, weiß er. „Denn dazu verpflichtet sie das Elektrogesetz.“ Allerdings gibt es noch Nachbesserungsbedarf. Darum formierte sich im Frühjahr 2013 ein Netzwerk aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, um Mobiltelefone künftig nachhaltig zu nutzen. Kein Wunder also, dass es im Internet immer mehr Modelle der Hersteller und Telekommunikationsdienstleister zur Rücknahme von gebrauchten Handys gibt.

Wir zeigen ein paar interessante Alternativen, um dem Alt-Handy eine sinnvolle Verwendung zukommen zu lassen.

IM INTERNET VERSTEIGERN

Wer seine gebrauchten Handys verkaufen möchte, kann das auf den bekannten Auktionsplattformen wie Ebay oder Hood.de machen. Aber Achtung: Als Privatverkäufer sollte man dabei die gesetzliche Gewährleistung ausschließen. Außerdem gibt es auch Betrüger, die ein Gerät ersteigern. Zu Hause haben sie ein identisches, das jedoch defekt ist. Nach dem Kauf des funktionierenden Gerätes reklamieren sie dieses als kaputt und senden dem Verkäufer ihr eigenes, defektes Gerät zurück. Sie lassen sich von ihm ihr Geld zurücküberweisen – und haben so ein funktionierendes Gerät, ohne dafür bezahlt zu haben. Der Verkäufer hat dagegen draufgezahlt. Darum sollte, wer gebrauchte Handys verkauft, diese vorher von allen Seiten fotografieren und möglichst auch die Seriennummer dokumentieren.

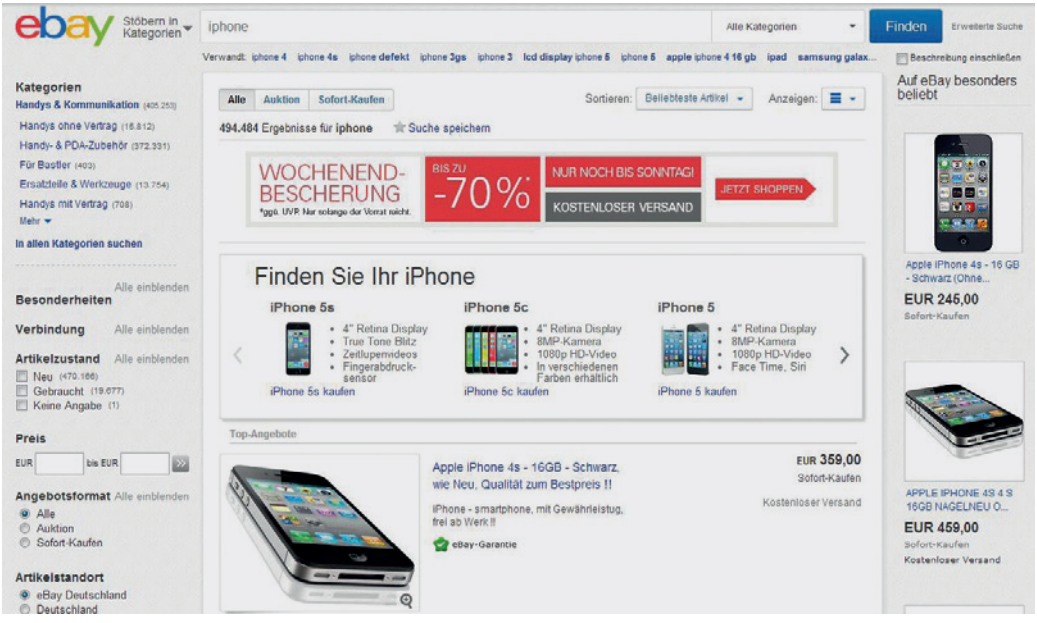
RECYCLINGPROGRAMME UND ANKAUFSPLATTFORMEN

Es gibt verschiedene Hersteller und Mobilfunkfirmen, die gezielt alte Handys aufkaufen. Und neben Ebay gibt es auch weitere Anbieter, die sich auf Handys spezialisiert haben.

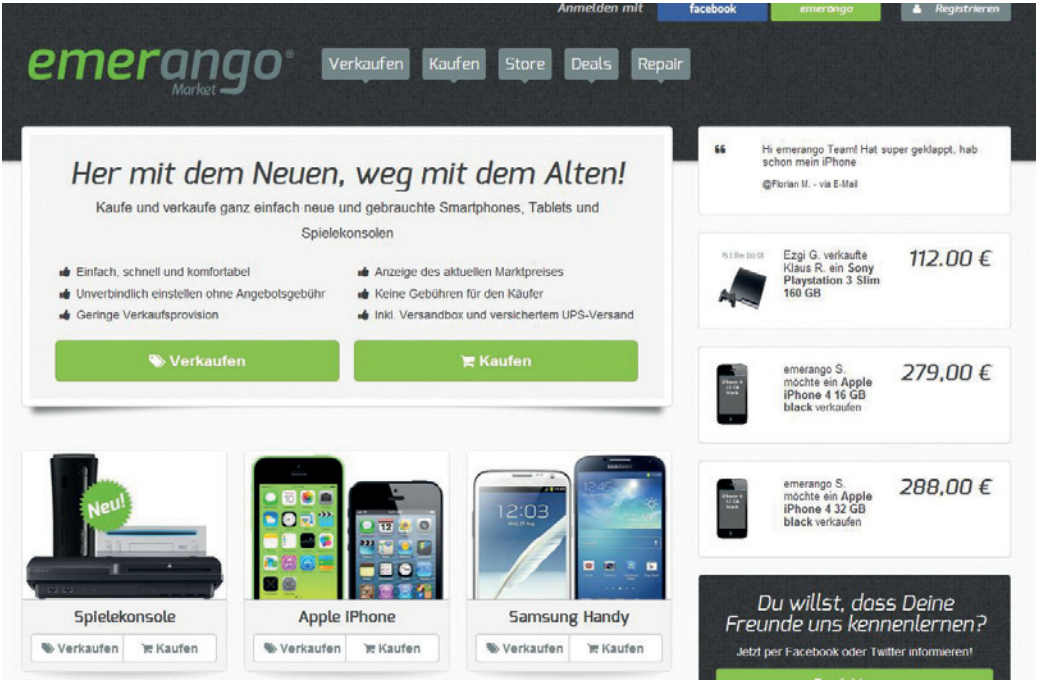
- Apple Recyclingprogramm
  http://www.apple.com/de/recycling/computer/
- Emerango
  http://www.emerango.de
- Handyankauf bei der Telekom
  http://www.t-mobile.de/handyankauf/
- Momox:
  http://www.momox.de/
- Wir kaufen's:
  http://www.wirkaufens.de
- Congsta/Flip4new:
  http://www.congstar.de/handyankauf/

WO MAN GEBRAUCHTE HANDYS UND COMPUTER SPENDEN KANN

Mit den gebrauchten Geräten lässt sich aber auch Gutes tun. Denn viele Telekommunikationsdienstleister sind Partnerschaften mit Umweltschutzverbänden eingegangen. So bekommt beispielsweise der Naturschutzbund Deutschland für jedes Handy, das bei der E-Plus-Gruppe zurückgegeben wird, etwas Geld. Das fließt in das Naturschutzgroßprojekt Untere Havel. Andere Handy-Sammler und die Ankaufplattform Wir kaufen's unterstützen die Berggorillas, der WWF hat eine Kooperation mit O2 und die Telekom mit der Deutschen Umwelthilfe. Vodafone Deutschland nimmt Handys zurück und recycelt sie je nach Zustand: http://www.vodafone.de/unternehmen/handy-recycling.html.



Bei ebay lässt sich alles verkaufen – auch gebrauchte Smartphones.



emerango ist ein Marktplatz speziell für gebrauchte Smartphones und Tablets.

EIN FALL FÜR DEN ELEKTROSCHROTT

Wem der Verkauf zu umständlich ist und man auch nicht spenden möchte, der entsorgt man seine Alt-Geräte bei den entsprechenden Stellen der Abfallbetriebe seiner Stadt – zum Beispiel in Recyclinghöfen oder Elektroschrotttonnen.

„Manche Städte verlangen für die Entsorgung von Elektroschrott Geld“, meint Koch, „andere nehmen ihn kostenlos an.“

PERSÖNLICHE DATEN LÖSCHEN

Egal, ob das Handy, der Rechner oder das Tablet verkauft, gespendet oder ein Fall für den Elektroschrott wird: „Wer persönliche Daten darauf gespeichert hatte, sollte diese mit speziellen Programmen löschen“, so Experte Koch. Allerdings sollte sich auch jeder Gerätebesitzer darüber im Klaren sein, dass sich die Daten selbst mit Spezialprogrammen sehr oft nicht komplett löschen lassen.

VORSCHAU

Die nächste Ausgabe von SMART PHOTO DIGEST erscheint am 15. Mai 2014. Darin finden Sie u.a. folgende Themen:

BREITER

Das Nokia Lumia 1520 ist breiter als die Vorgänger. Überzeugt auch die Kamera?

NEUHEITEN

Welche neuen Smartphones erwarten uns im Frühjahr? Die Messe-Highlights von MWC und Cebit.

UNTER STROM

Fotografieren und Filmen zehren am Akku. Wir stellen externe Akkus vor und geben Energiespartipps fürs Smartphone.

EINFACHER BILDER SICHERN

Wie werden Fotos am besten gesichert? Dropbox, iCloud, Loom – welcher Dienst ist der beste?

VORSCHAU

INNENANSICHTEN

Streetview war gestern, heute können Sie Geschäfte am Computer von innen besichtigen. Wir zeigen, wie die Fotos entstehen.

EFFEKTE ZUM DRAUFSTECKEN

Machen Sie mit Aufsteck-Objektiven völlig neue Bilder.

RUNDUM GLÜCKLICH

Die besten Apps für 360-Grad-Aufnahmen.

FOTOBÜCHER

Diesen Anbietern kann man seine Fotos anvertrauen.

VISUELL

Microstock-Expo 2013

60 Jahre OKAPIA

LIEBE ABONNENTEN UND LESER VON VISUELL,

Sie erhalten jetzt VISUELL zusammen mit der neuen Zeitschrift SMART PHOTO DIGEST. Geliefert werden das Printmagazin und die PDF-Ausgabe jeweils am 15. Februar, 15. Mai, 15. August und 15. November. Das neue Gesamtmagazin bietet Ihnen auf 152 Seiten mehr Informationen in einem frischen neuen Layout. Durch die wesentlich höhere Gesamtauflage von VISUELL zusammen mit SMART PHOTO DIGEST ergibt sich ein für die VISUELL-Leser 2014 ein Kostenvorteil, den wir voll an unsere Kunden weitergeben.

Bildrechtsfragen und die Entwicklung des Urheberrechtes werden weiterhin ebenso thematisiert wie Preise, Fotowettbewerbe und neue Agenturen, sowie Veränderungen die Sie als Leser auch der Smartphone-Seiten interessieren.
Einige traditionelle Fotoagenturen wollen 2014 gute Smartphone-Fotos zusätzlich in ihr Angebot aufnehmen.
Wesentlich schneller als auch von der VISUELL-Redaktion erwartet, wird die Qualität von Smartphones und Tablets immer besser. Smartphone-Fotos sind nicht die Feinde des herkömmlichen Bildermarktes, sie ergänzen und bereichern diesen vielmehr. Bildsucher fragen weder nach dem Kameratyp, mit dem fotografiert wurde, noch nach der Technik oder der Verarbeitung. Verlage, Werbeagenturen und andere Bildsucher wünschen Bilder, die für ihre Zwecke passen. Auch Amateure haben durch Smartphone-Fotos eine Chance, ihre Bilder zu verkaufen, beispielsweise bei aktuell relevanten Ereignissen, über die in den Medien berichtet wird. Der Bildervertrieb wird jedoch nach wie vor über Bildsammelstellen wie Fotoagenturen, Archive und zunehmend über Bilddatenbanken abgewickelt.
Berufsverbände und Fotografen sehen diese Entwicklung mit Argusaugen. Sie müssen aber zunehmend erkennen, dass man Tatsachen nicht einfach bei Seite schieben kann.
VISUELL bzw. die PIAG berichtet mit täglichen News über die Marktentwicklungen der Bildbranche unter www.piag.de und www.smart-photo-digest.de.
Informationen und Anregungen mit hohem und erweitertem Nutzwert für die tägliche Arbeit wird VISUELL seinen Lesern auch in Zukunft bieten. Hier ist auch besonders hervorzuheben der Linkpool mit Hinweisen auf spezialisierte Bildanbieter.

Wir senden Ihnen einen herzlichen Gruß aus Baden-Baden

PIAG – Presse Informations AG

Dieter Brinzer

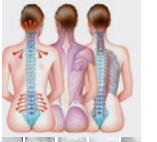
INHALT

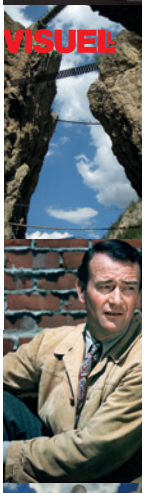
NEWS

Agenturen 106
Verlage 110
Events 112
Recht 114
Sonstiges 118

THEMEN

DieKleinert versorgt alle Branchen 122
Nachlese zur zweiten Microstock-Expo 124
Smartphone-Fotografie 128
ProImageExperts auf der Microstock-Expo in Berlin 131
Die Topagentur für Naturbilder 132
Verträge in Papierform bevorzugt 135
175 Jahre Fotografie 138
Bild der Wissenschaft: Internet vor Erbgut & Mondlandung. 139
Kein Schadenersatz für ein Foto auf zwei Webseiten 140
Neugierige Apps 142
Axel Springer Syndication startet operatives Geschäft 143





BUCHVORSTELLUNGEN

Posing und Modellführung 144
E-Mail-Marketing 145

NACHWUCHS

Weitsprung für Nachwuchsfotografen 146

SERVICE

Editorial 103
Serviceguide 147
Umzüge/Umbenennungen 148
Titelfoto-Details 149
Impressum 150
Vorschau 150

+++ NEWS/AGENTUREN +++

PICTURE ALLIANCE OFFIZIELLER FOTOPARTNER DES DEUTSCHEN TURNER-BUNDES (DTB)

(Red.) Die Bildagentur picture alliance weitet ihr Engagement im Sportbereich aus und hat 2013 eine Partnerschaft mit dem Deutschen Turner-Bund (DTB) geschlossen.

Im Rahmen der Kooperation fungiert das dpa-Tochterunternehmen als „offizieller Fotopartner" des zweitgrößten Spitzenverbandes im deutschen Sport und stellt dem DTB neben Bildmaterial auch Fotoproduktionen für seine Auftritte im Internet und den sozialen Plattformen sowie für alle gedruckten Medien der Verbandskommunikation zur Verfügung. Von den vielfältigen Leistungen der picture alliance im Bereich der visuellen Kommunikation sollen zukünftig auch die mit dem DTB verbundenen Partner, Sponsoren, Veranstalter und Athleten durch gemeinsam entwickelte Angebote profitieren.

Die Partnerschaft ist bis Ende 2014 fest vereinbart. Sie soll mittelfristig im Hinblick auf die Olympischen Sommerspiele 2016 in Rio ausgebaut werden.

SHUTTERSTOCK ERÖFFNET BÜRO IN BERLIN

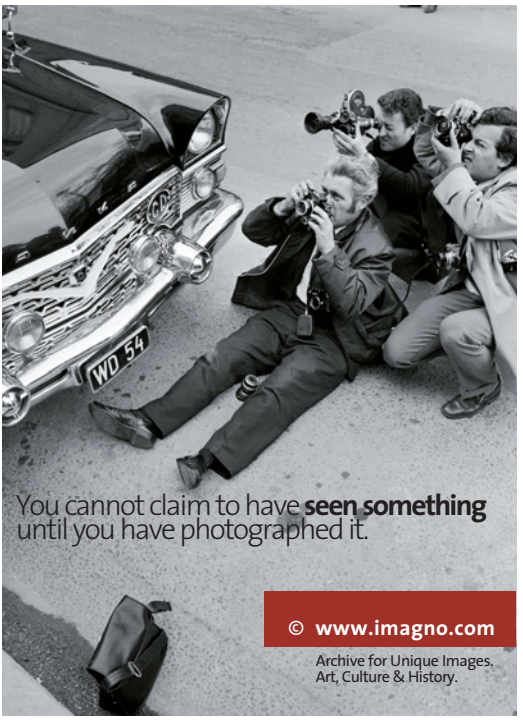
Shutterstock Gründer und CEO Jon Oringer eröffnet das Berliner Büro.

(up) Shutterstock ist eine der weltweit führenden Bildagenturen für lizenzfreie Bilder und Videos. 10 Jahre nach seiner Gründung hat die Agentur jetzt im Berliner Stadtteil Prenzlauer Berg seine Europazentrale eröffnet. Zunächst mit 10 in Vollzeit beschäftigten Mitarbeitern. Ziel ist es, bis zum Ende des Jahres 2014 diese Zahl zu verdoppeln. Weltweit betreut Shutterstock etwa 750.000 Kunden, etwa 30 Prozent von ihnen stammen aus Europa. Die Agentur arbeitet mit tausenden Fotografen und Illustratoren zusammen und hat vor kurzem auch

ein Vertriebsbüro in London eröffnet. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in New York; in Chicago und San Francisco unterhält es weitere Büros. Zu Shutterstock gehören zudem die Bildagenturen Bigstock, und Offset sowie Skillfeed, ein innovatives E-Learning Portal. Vor kurzem hat die Agentur auf ihrer Internet-Seite eine neue Bildsucher-Funktion mit dem Namen „Spectrum“ installiert. Dessen Funktionen wurden bewusst reduziert und ermöglichen nun eine intuitive Suche. Zunächst wird über Schlagworte nach Bildmotiven gesucht, dann kann anhand einer Farbskala, der Tiefenschärfe und nach Helligkeit weiter gefiltert werden. Die Bildsucher erhalten so auch unerwartete Ergebnisse und kommen so auf neue Ideen.

Im Dezember 2013 hat das Unternehmen, dessen preisgekrönte iOS-App seit dem Sommer auch auf Deutsch erhältlich ist, eine Android-App eingeführt. Anwender können damit nun auch über Smartphones mit Android-Betriebssystem nach Bildern suchen.

- Anzeige -

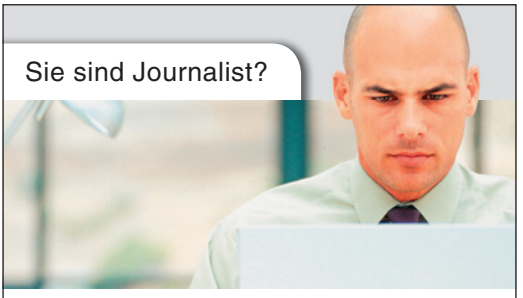


„ROBA PRESS“ WIRD ZU „ROBA IMAGES”

(up) Die Bildagentur Roba Press ändert nach 13 Jahren ihre Corporate Identity und reagiert damit auf die Veränderungen der Branche. Hochwertige Fotos von Prominenten – das bleibt auch in Zukunft die Kernkompetenz des Unternehmens, hinzugekommen sind Angebote und Dienstleistungen im Bereich Bildrechte und Media Asset Management, das heißt der Speicherung und Verwaltung digitaler Medien. Neben dem neuen Namen „Roba Images“ hat die Agentur jetzt auch eine neue Adresse (Roba Images GmbH, Neue Rabenstraße 3 in 20354 Hamburg) und auch einen neuen Internet-Auftritt (www.robaimages.com). Ab sofort finden sich auch sogenannte Celebrity Porträts des Fotografenduos Kraus & Perino im Archiv von Roba Images. Mike Kraus studierte Stil-Photography an der School of Art in Florenz und Filmregie an der Columbia Universität in Chicago. Marc Perino arbeitete in einer Produktionsfirma in Los Angeles und studierte Regie an der Filmakademie in Baden-Württemberg. Seit 2003 arbeiten Kraus und Perino zusammen.

+++ NEWS/AGENTUREN +++

- Anzeige -



Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen.

Die Journalistenverbände informieren Sie gerne:

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Journalistenzentrum Deutschland

Tel. 040 / 8 99 77 99
www.journalistenverbaende.de

MAGROUND NEU IN LOS ANGELES

(Red.) Die Hamburger Bildagentur MAGROUND, einer der führenden Anbieter hochauflösender Landschafts-, Stadt- und Straßenaufnahmen mit 360° HDR-Sphären, eröffnet ein neues Büro in Los Angeles. Mit der Niederlassung in den USA soll der wachsenden Nachfrage des amerikanischen Marktes nach hochwertigem Bildmaterial und einer professionellen Kundenbetreuung vor Ort entsprochen werden.

Der Standard des umfassenden Services, den das Unternehmen seinen deutschen Kunden bietet, soll ab sofort auch den Kunden in den USA zur Verfügung stehen. Roberto Hegeler übernahm Anfang November mit seinem Team in Los Angeles die Betreuung der nord- und südamerikanischen Kunden.

Hegeler arbeitete unter anderem als Corporate Designer und Art Director für Agenturen in Deutschland und der Schweiz, kennt die Branche aber vor allem aufgrund seiner langjährigen Erfahrung als Fotograf und CGI Artist. Mit über 200.000 Bildern stellt MAGROUND ein umfangreiches Angebot internationaler Locations in einer vielfältigen Bildsprache bereit, das höchsten technischen und kreativen Ansprüchen für den Einsatz in Werbe- und CGI-Produktionen, Compositings und 3D-Projekten entspricht. Die Bilder werden in Sets mit bis zu 20 verschiedenen Perspektiven und passenden 360° HDR-Aufnahmen von professionellen Fotografen exklusiv für MAGROUND produziert. http://www.maground.com

GREENLIGHT REPRÄSENTIERT JOHN WAYNE

Die Rechteklärungs- und Talent-Booking-Agentur GreenLight vertritt nun auch John Waynes Vermächtnis in allen Lizenzfragen für Werbung und Promotions. Die Firma des großen amerikanischen Schauspielers, der in mehr als 175 Filmen mitspielte, John Wayne Enterprises, hat GreenLight ausgewählt, um seine Person (Fotos, Namen, Namenszug, etc.) in Werbung, Merchandising und Promotions zu vermarkten. GreenLight ist ein weltweit agierendes Consulting-Unternehmen für die Lizenzierung von Medien, Verhandlungen mit Künstlern sowie Rechte-Repräsentanz. GreenLight vertritt die Persönlichkeitsrechte internationaler Berühmtheiten wie z. B. Albert Einstein, Steve McQueen, Muhammad Ali, Charlie Chaplin, Thomas Edison, Johnny Cash und die Gebrüder Wright. GreenLight ist ein Unternehmen von Corbis mit Hauptsitz in Los Angeles.

- Anzeige -

HISTORISCHE FOTOS BEI ARKIVI

Die im Jahre 2010 gegründete Bildagentur ist eine Fundgrube für alle, die mit historischem Bildmaterial arbeiten oder auch nur ungewöhnliche, illustrierende Motive suchen. Daniel Seidel, Gründer von Arkivi, stellt gegenwärtig rund 150.000 Motive auf der Arkivi-Datenbank zur Verfügung, die den Zeitraum von der Reichsgründung bis zum Ende des 2. Weltkriegs abdecken.

Dieser Bestand wird monatlich um etwa 10.000 Scans in hervorragender Qualität erweitert. Als Bildquelle nutzt Arkivi historische Fotos und Ansichtskarten aus der Zeit von vor 1945. Diese einzigartige Sammlung enthält Motive zu den wichtigen zeitgeschichtlichen Ereignissen ebenso wie zeitgenössische Kuriosa und Abseitiges. http://www.arkivi.de

EDITH STIER-THOMPSON ÜBERNIMMT GESCHÄFTSFÜHRUNG BEI NEWS AKTUELL

(Red.) Zum 1. September 2014 wird Edith Stier-Thompson Geschäftsführerin bei der dpa-Tochter news aktuell GmbH. Der bisherige Geschäftsführer Carl-Eduard Meyer tritt dann in den Ruhestand. Edith Stier-Thompson wird an der Spitze von news aktuell ein Team mit Frank Stadthoewer bilden, der seit 2005 Geschäftsführer von news aktuell ist. Stier-Thompson ist derzeit Geschäftsführerin der dpa Picture Alliance GmbH. Der wird sie „bis auf weiteres“ als Geschäftsführerin zur Verfügung stehen. 1999 kam Stier-Thompson von der Nachrichtenagentur AP zur dpa-Gruppe. Von 2002 an leitete sie den Vertrieb der dpa Picture Alliance GmbH. Für die Interessen der Pressefotobranche tritt sie auch ehrenamtlich ein: 2010 bis 2013 stand sie als Vorstandsvorsitzende an der Spitze des Bundesverbandes der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (BVPA), seit 2013 ist sie Vizepräsidentin des europäischen Branchenverbandes CEPIC..

CEPIC-KONGRESS-ANMELDUNG

Ab sofort besteht die Möglichkeit, sich für den CEPIC Kongress 2014 vom 4.-7. Juni in Berlin anzumelden. Unter folgendem Link können Sie bis zu drei Teilnehmer anmelden:

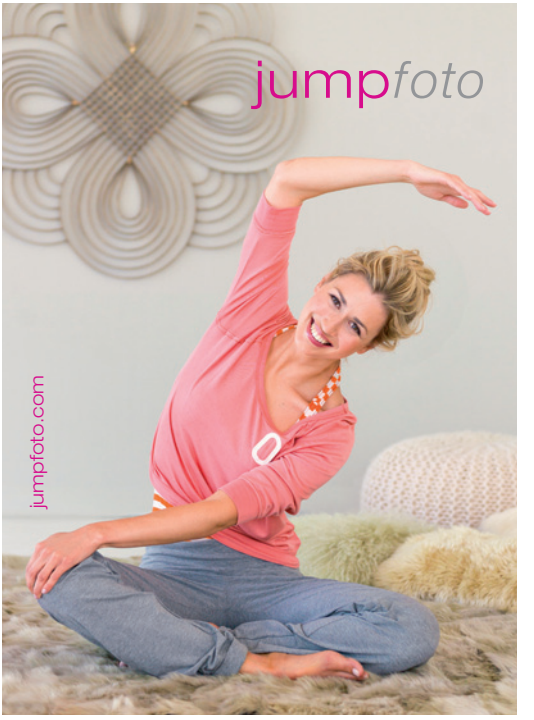
http://www.cepic.org/category/cepic/congress/cepic_congress_2014_berlin/online_registration

Die Preise finden Sie hier: http://www.cepic.org/congress/2014/fees_and_registration

+++ NEWS/AGENTUREN/VERLAGE +++

IMAGO KOOPERIERT MIT CHRISTIAN MANG

(Red.) Seit dem Sommer ist Christian Mang neuer Kooperationspartner der Fotoagentur imago. Mang arbeitet seit 2007 als freiberuflicher Fotograf hauptsächlich in Berlin. Seine Arbeiten werden u.a. von deutschen Tageszeitungen wie dem „Tagesspiegel“ und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sowie nationalen und internationalen Zeitschriften wie dem Spiegel, der italienischen Vanity Fair und The Economist (USA) veröffentlicht. Christian Mang dokumentiert vor allem die Themen soziale Bewegungen und Bürgerproteste in Berlin und Deutschland. Auch Politikveranstaltungen und Großevents jeglicher Couleur sind ihm vertraut.
Das aktuelle Bildmaterial von Christian Mang wird derzeit in die Imago Datenbanken übernommen. info@imago-stock.de.



DIGITALDRUCK IN ITALIEN: BILD SETZT AUF NEWSPRINT EUROPE

Europas auflagenstärkste Tageszeitung „BILD“ (Axel Springer AG) setzt in Italien auf Digitaldruck. Seit 1. Oktober 2013 hat die digitale Zeitungsdruckerei Newsprint Europe die Produktion von BILD am Standort Rom aufgenommen. Die vertriebliche Steuerung der gedruckten Exemplare liegt bei Italiens größtem Presse-Importeur Messinter, der ebenso wie Newsprint Europe zur IPS Gruppe gehört. Messinter ist bereits Vertriebsdienstleister für das gesamte in Italien erhältliche Pressesortiment der Axel Springer AG und ihres Tochterunternehmens Axel Springer Vertriebsservice GmbH (ASV). Die von Newsprint Europe digital produzierte Auflage kommt in Süditalien (Rom und südlich) in den Handel. Die norditalienische BILD-Auflage wird weiterhin im Offset-Verfahren in Bologna gedruckt. Ebenfalls seit dem Oktober druckt Newsprint Europe in Mailand die Tageszeitung DIE WELT (Axel Springer AG). Die süditalienische DIE WELT-Auflage wird bereits in Rom digital von Newsprint Europe produziert, jetzt ist der Druckstandort Mailand hinzugekommen. Die dort gedruckten Exemplare kommen im Großraum

BILD wird in Italien digital gedruckt.

Mailand in den Handel und werden in angrenzende Märkte geliefert, unter anderem nach Frankreich an die Côte d'Azur. Den Vertrieb steuert weiterhin der Verlagsdienstleister Messinter, auf dessen Gelände sich auch der Mailänder Druckstandort von Newsprint Europe befindet. Hauptvorteile des digitalen Zeitungsdrucks sind Aktualität und hohe Flexibilität. Die Produktion erfolgt nah am Käufer, Transportkosten minimieren sich. Das Verfahren lohnt sich schon bei kleinen Auflagen und erschließt Zeitungsverlagen neue Vermarktungschancen in Märkten außerhalb des Kernverbreitungsgebiets, aber auch in diesem selbst – etwa durch Produktion von Hyperlokalteilen oder Individualisierung von Inhalten oder Anzeigen.

TEILUMZUG NACH BERLIN

25 Redakteure des „Focus" arbeiten 2014 statt von München von Berlin aus. Das Magazin will zwei komplette Ressorts, nämlich Politik und Kultur sowie Teile der Produktion vollständig in die deutsche Hauptstadt verlagern. Es soll damit der politischen und kulturellen Bedeutung Berlins Rechnung getragen werden.
Damit entsteht die Zeitschrift von Hubert Burda Media in Zukunft an zwei Standorten. Die Ressorts Report, Forschung & Technik/Medizin, Auto, Medien und Sport bleiben in München. Die Aufteilung orientiere sich an den jeweiligen regionalen Stärken, teilt der Verlag mit.
Im Frühjahr 2014 will der „Focus" die neue Niederlassung am Potsdamer Platz beziehen, wo künftig dann 55 Redakteure arbeiten werden. Die Chefredaktion wird Büros an beiden Standorten nutzen.

NEUES MAGAZIN AUS DEM LANDWIRTSCHAFTSVERLAG MÜNSTER

Neue Magazine aus dem Landwirtschaftsverlag Münster lassen die Branche aufhorchen, nachdem der Verlag seinerzeit mit der „Landlust" ein Magazin mit unglaublichem Erfolg auf den Markt brachte. Mit der „Landlust" begründete der Verlag ein neues Genre und erreichte eine Millionenauflage. Die verkaufte Auflage des Zweimonatstitels lag zuletzt bei durchschnittlich 1.005.367 Exemplaren (IVW II/2013). Es wird zwar nicht erwartet, dass sich dieser Erfolg mit dem neuen Titel „Einfach hausgemacht" wiederholt, jedoch verfolgt man mit einer Startauflage von 300.000 Exemplaren durchaus ehrgeizige Ziele. „Einfach hausgemacht" soll zum Do-it-yourself animieren. „Wir stellen uns den alltäglichen Fragen der praktischen Hauswirtschaft", so Chefredakteurin Gertrud Bering, zuvor Redaktionsleiterin der „Landlust". Angekündigt sind „unkomplizierte und raffinierte Koch- und Backrezepte" und „Anregungen zur Pflege und Gestaltung von Wohnung und Haus".
Die neue Zeitschrift soll viermal jährlich „in exklusiver Heftausstattung" erscheinen, die erste Ausgabe erschien am 6. November. Der Copypreis liegt bei 4,20 Euro.

+++ NEWS/VERLAGE/EVENTS +++

KAHLSCHLAG BEI DEN LOKALREDAKTIONEN

Die Funke Mediengruppe, die Zeitungen und Zeitschriften im Wert von über 900 Mio Euro in Hamburg und Berlin aufkaufte, fährt im Stammland Nordrhein-Westfalen einen strengen Sparkurs.
Mehrere Lokalausgaben, die nicht profitabel genug sind, werden redaktionell entkernt oder gleich ganz geschlossen. In Castrop-Rauxel werden sich die Lokalausgaben von „WAZ“ und „Westfälischer Rundschau“ in Zukunft eigenständige, lokale Inhalte sparen.
Künftig werden diese von der Konkurrenz Lensing und dessen „Ruhr Nachrichten“ geliefert. Nur der Mantel kommt noch weiterhin von der „WAZ“.
Die „WR“-Ausgaben Lüdenscheid/Halver und Altena/Werdohl/Plettenberg, die bereits seit Frühjahr 2013 nach demselben Modell mit Lokalstoff von der Konkurrenz gefüllt wurden, erscheinen nicht mehr und die Lokalausgabe der „WAZ“ in Dorsten wurde Ende letzten Jahres eingestellt.

MEDIA GROUP EXPANDIERT IN NEUSEELAND

Die Hamburger Bauer Media Group will ein umfangreiches Zeitschriften-Portfolio in Neuseeland übernehmen. Es handelt sich dabei um Publikumstitel des Medien-Unternehmens APN News & Media mit Stammsitz in Sydney. Zu dem Paket, welches an Bauer verkauft werden soll, gehören hochauflagige Titel wie ‚New Zealand Woman‘s Weekly‘, ‚The Listener‘, ‚Simply You‘, ‚Simply You Living‘ und ‚Creme‘.
Bauer hatte im September 2012 den führenden australischen Magazin-Verlag ACP gekauft.
In einer Zeit, in der die Online-Medien das Maß aller Dinge zu sein scheinen und Printmedien eher stiefmütterlich behandelt werden, ist die Bauer Media Group neben dem amerikanischen Medien-Konzern Hearst einer der großen Zukäufer im Bereich der Print-Medien.

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT KOOPERIERT MIT GOOGLE

Der Vermarkter Axel Springer Media Impact (ASMI) und Google haben ab 2014 eine technologische Zusammenarbeit für digitale Werbeflächen vereinbart.
ASMI will die Standardformate der vermarkteten Web- und Mobile-Portale auch über die Google AdExchange anbieten. In der Medienmitteilung heißt es weiter, dass die Auslieferung der Werbeformate weiterhin ausschließlich über die eigenen Smart-Ad-Server erfolgen werde. Bei dem zum Einsatz kommenden Real-Time-Bidding-Verfahren (RTB) können Kunden in Echtzeit-Auktionen auf Werbeplätzen bzw. einzelnen Ad Impressions bieten.
Die auktionierte Ad Impression eines Werbeplatzes wird dabei mit den Werbemitteln des jeweils Höchstbietenden belegt. Die Auktionen werden innerhalb von Millisekunden durchgeführt.

2014 KOMMT DIE NEUE VERLAGSEINHEIT „BURDALIFE“

(Red.) Aus der Zusammenlegung der Medien Park Verlage (Offenburg, München) und der Verlagsgruppe Berlin entsteht Anfang 2014 die neue Verlagseinheit BurdaLife. Ziel ist eine engere Zusammenarbeit vor allem in den Bereichen Produktentwicklung und Produktmarketing.

Als Sprecher der Geschäftsführung wird Reinhold G. Hubert der Gruppe vorstehen, Heinz Schreiner bleibt Geschäftsführer der Verlagsgruppe Berlin, übernimmt aber wie Frank Jörg Ohlhorst gleichzeitig übergreifende Funktionen in der neuen Einheit.

Frank Jörg Ohlhorst, Reinhold G. Hubert und Heinz Scheiner (v.l.) leiten künftig eine Verlagsgruppe, die 49 Zeitschriften in Deutschland herausgibt.

Das Trio leitet künftig eine Verlagsgruppe, die 49 Zeitschriften in Deutschland herausbringt und damit nach Verlagsangaben mehr als 16 Mio Menschen erreicht.

Für BurdaLife arbeiten künftig knapp 300 der über 1.000 von Burda in Deutschland beschäftigten Journalisten. Neben den Vertriebstiteln von BurdaLife stehen die Mode- und Frauenzeitschriften der Burda Style Group und die Burda News Group mit „Focus“ und Männertiteln.

„ZEIT“ PLANT EIGENE LOKALSEITEN FÜR HAMBURG

Die Hamburger Wochenzeitung „Die Zeit“ will einen neuen Hamburg-Teil starten. Geplanter Start ist Ende März 2014. Auf acht Seiten soll den „Hamburger Lesern einmal in der Woche das Wesentliche dessen vermittelt werden, was in ihrer Stadt geschieht“, sagt „Zeit“-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo im „Spiegel“.

In das Projekt will der Verlag eine siebenstellige Summe investieren. Schwerpunkt soll auf Kultur, Bildung, Wirtschaft und Stadtpolitik liegen. Strategisch bedeute der Schritt einen Angriff auf das „Hamburger Abendblatt“, das gerade vom Axel Springer Verlag an die Essener Funke-Gruppe verkauft wurde.

PICTADAY 2014 STARTBEREIT

Der Interessenverband der Bildagenturen (BVPA) hat sich als Veranstalter für 2014 wieder ein sehr hohes Ziel gesetzt: Über 450 Besucher aus Bildredaktionen, Werbe- /PR-Agenturen, Marketing-Abteilungen von Unternehmen sowie Design-/Grafik-Studios und über 60 ausstellende Bildagenturen und Dienstleister besuchten 2013 den PICTAday in Hamburg.

+++ NEWS/VERLAGE/EVENTS/RECHT +++

Auch 2014 in München wird der BVPA mit einer herausragenden Location seinem Anspruch auf eine professionelle Bildmesse gerecht. Die Wappenhalle an der Neuen Messe München verbindet Historie und Moderne und eignet sich bestens als Ausstellungsfläche. Interessierte erhalten ausführliche Informationen über info@bvpa.org. Die Bildagentur-Messe PICTA des Bundesverbands der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. ist eine der wichtigsten Bildanbieter-Messen weltweit und wird seit 2010 in einem neuen Konzept als PICTAday veranstaltet.

AUF DEN SPUREN DER „GÖTTLICHEN KOMÖDIE“

Der 2010 verstorbene mehrfach preisgekrönte Fotograf Pitt Koch begab sich mehr als zehn Jahre lang auf die Suche nach den Orten aus Dantes „Göttlicher Komödie“. Dante Alighieri (1265-1321) schildert darin eine visionäre Wanderung durch Hölle, Fegefeuer und Paradies und beschreibt dabei Landschaften und Orte in Italien. Auf Sizilien fand Pitt Koch Dantes Höllen-Schmiede, den Ätna. Die Meerenge von Messina fotografierte er als den Ort, an dessen ewiger Brandung die Geizigen und Verschwender harren müssen. Zitate aus der „Göttlichen Komödie“ begleiten die eindrucksvollen Fotos.

Dantes Italien – Auf den Spuren der „Göttlichen Komödie“ ist im Primus Verlag erschienen. ISBN-13: 9783863120467; ISBN-10: 3863120469. Copypreis: 49,90 Euro.

FABIAN WEISS – WOLFSKINDER

(Red.) Wolfskinder: dieser Begriff stammt aus Vorzeiten und bezeichnet Kinder, die isoliert von andern Menschen bei Wölfen im Wald aufwuchsen. Der laif-Fotograf Fabian Weiss hat diesen Begriff gewählt, weil er ihn überaus zutreffend für die Jugendlichen empfindet, die er für dieses Projekt fotografisch begleitete. Die Jugendlichen wurden bewusst von ihren Eltern getrennt, da sich ihre gewohnte Umgebung als extrem problematisch darstellte. Fabian Weiss besuchte die Jugendlichen über einen längeren Zeitraum in Wohneinrichtungen des deutschen Jugendhilfesystems. Er näherte sich den Jugendlichen sensibel und aufmerksam. Ihm ist es wichtig, sie als Menschen darzustellen. Er lässt sie zu Wort kommen und schildert ihre Geschichten respektvoll und authentisch.

Die Reportage wurde mit dem BFF-Förderpreis 2013 geehrt und ist jetzt in Buchform erschienen. Wolfskinder erschien bei der Edition Lammerhuber.

„23. AXEL-SPRINGER-PREIS FÜR JUNGE JOURNALISTEN“

Eine der wichtigsten Auszeichnungen für junge Journalisten im deutschsprachigen Raum, „Der Axel-Springer-Preis für junge Journalisten“, wurde für 2014 erneut ausgeschrieben. Der Preis wird in vier Kategorien vergeben: Print, Fernsehen, Hörfunk, Internet und richtet sich an junge Journalistinnen und Journalisten, die vom Durchbruch träumen, die sich begeistern für

die Exklusiv-Stories, die sie recherchieren; für die News, die sie aufspüren; die Sprache, die sie formen; den Stil, den sie prägen. Es sind insgesamt 54.000 Euro Preisgeld ausgelobt. Einsendeschluss war der 6. Januar 2014. Die Preisverleihung findet am 6. Mai 2014 in Berlin statt.

DER DGPH-BILDUNGSPREIS GEHT IN SEINE ZWEITE RUNDE

Der DGPh-Bildungspreis, der von der Sektion Bildung der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) ausgeschrieben wird und mit 1000 Euro dotiert ist, prämiert innovative Projekte im Bereich der Vermittlung von und mit Fotographie sowie herausragende wissenschaftliche Arbeiten mit Praxisbezug. Dazu zählen unter anderem kultur- und museumspädagogische Angebote, in denen die Fotographie thematisiert oder eingesetzt wird, mediale Bildungsangebote zur Fotographie (auch: Websites, Apps usw.) sowie schulische und außerschulische Projekte im Fotobereich. Von besonderem Interesse sind dabei auch interdisziplinäre und internationale Bildungsprojekte. Möglich sind Bewerbungen von Einzelpersonen und Bildungseinrichtungen.
Die Bewerbungsfrist endet am 1. März 2014. Einzureichen sind PDF-Dokumente oder Ausdrucke, die das Projekt beschreiben:
Deutsche Gesellschaft für Photographie, „Bildungspreis“, Rheingasse 8-12, 50676 Köln,
E-Mail: bildungspreis@dgph.de,
Tel.: 0221/9232069
Weitere Informationen:
www.dgph.de/preise/bildungspreis

FESTIVAL CIRCULATION(S) – JUNGE EUROPÄISCHE FOTOGRAFIE

Vom 7. Februar bis 16. März 2014 treffen sich in Paris auf dem „Festival Circulation(s)“ junge Fotografinnen und Fotografen aus Europa, die am Anfang ihrer künstlerischen Laufbahn stehen.
2008 war das „Festival Circulation(s)“ noch Teil des „Mois de la Photo“. Es fand so großen Anklang, dass es nun jährlich als eigenständiges Festival über die Bühne geht. Abgerundet wird die Veranstaltung durch Ausstellungen, Portfolio Reviews, Meetings und Screenings. Ins Leben gerufen wurde das Festival vom Verband Fetart mit dem Ziel, jungen Talenten den Einstieg in das Berufsleben zu erleichtern und die Begegnung von Künstlern und Kulturexperten zu ermöglichen. www.festival-circulations.com

GESPONSERTE BEITRÄGE WEITERHIN MIT „ANZEIGE“ KENNZEICHNEN

(Red.) Nach wie vor müssen deutsche Printmedien gesponserte Beiträge mit dem Begriff „Anzeige“ kennzeichnen. So entschied der Europäische Gerichtshof (EuGH) in Luxemburg. Die entsprechende deutsche Regelung verstoße nicht gegen EU-Recht, und Deutschland sei zu der Regelung befugt, weil der Unionsgesetzgeber dazu noch keine Rechtsvorschrif-

Bad News für „Good News“: Gesponserte Artikel müssen gekennzeichnet werden.

erlassen habe, hieß es zur Begründung. (Az. C-391/12). Auslöser war das „Stuttgarter Wochenblatt“, welches dem Anzeigenblatt „Good News“ die Veröffentlichung gesponserter Beiträge verbieten lassen wollte, die nicht mit dem Begriff „Anzeige“ gekennzeichnet waren.

Anlass war die Veröffentlichung von zwei gesponserten Artikeln in der „Good News“-Ausgabe vom Juni 2009. Ein Beitrag mit der Überschrift „VfB VIP-Geflüster“ berichtete über den Saisonabschluss des Fußballbundesligisten VfB Stuttgart, war von dem Unternehmen Scharr finanziert worden. Ein weiterer Beitrag, und zwar Teil der Serie „Wohin Stuttgarter verreisen“ mit dem Zusatz „Heute: Leipzig“, war von der Fluggesellschaft Germanwings gesponsert worden. Zwar waren beide Beiträge mit dem Zusatz „Sponsored by“, nicht aber mit dem Begriff „Anzeige“ gekennzeichnet.

In Deutschland sind durch nahezu alle Presse- und Mediengesetze der Länder Presseverleger dazu verpflichtet, jede bezahlte Veröffentlichung mit dem Begriff „Anzeige“ zu kennzeichnen. Ausnahmen gibt es nur, wenn die Gestaltung der Veröffentlichung eindeutig als Anzeige zu erkennen ist.

Da es keine entsprechende EU-Regelung gibt, legte der Bundesgerichtshof (BGH) den Streit Luxemburg zur Vorabentscheidung vor.

AUFRUF ZUR REFORM VON SCHUTZRECHTEN AN ABGEBILDETEN GEGENSTÄNDEN

Der BVPA appelliert an die neue Bundesregierung, bei einer weiteren Reform des Urheberrechtsgesetzes auch die an fotografierten Personen oder Gegenständen bestehenden Drittrechte mit zu berücksichtigen.

Der Geschäftsführer, Alexander Koch, äußert hierzu, dass man den Interessen der Internet-Nutzer an Rechtssicherheit wenig gerecht werde, wenn man die an abgebildeten Personen und an abgebildeten Gegenständen bestehenden parallelen Schutzrechte in der Urheberrechtsdiskussion weiterhin außen vor lässt. Als problematisch sieht der Verband vor allem die an abgebildeten Gegenständen bestehenden Schutzrechte an. Das allein auf Richterrecht basierende Fotografierverbot des Eigentümers weite der BGH kontinuierlich aus. Die Ausweitung des Designschutzes auf reguläre Fotos führe zu einer weiteren Rechtsunsicherheit.

Um kostenträchtigen Foto- und Filmproduktionen die sichere Rechtsgrundlage wiederherzustellen, spricht sich der Verband für eine Klarstellung durch den Gesetzgeber aus.

Näheres unter folgendem Link: http://bvpa.org/informationen/urheberrechtsdiskussion

GÜNTHER JAUCH VERSUS „VIEL SPASS“

Im Rechtsstreit zwischen Günther Jauch und der Burda-Zeitschrift „Viel Spaß“, erteilte der Bundesgerichtshof dem Quiz- und Talkshow-Moderator Günther Jauch eine Abfuhr.
Jauch hatte versucht, Name und Alter seiner Adoptivtochter zum Tabu zu erklären. Er wehrte sich in einem langwierigen Prozess gegen die Burda-Zeitschrift und einen Artikel aus dem Jahre 2011.
Das Blatt hatte darin Vorname und Alter des Mädchens, sowie die Tatsache, dass sie von Jauch und seiner Frau Thea adoptiert wurde, genannt. Vor dem Land- und Oberlandesgericht Hamburg hatte Jauch noch Recht bekommen.
Der Bundesgerichtshof kam jedoch zu einer anderen Auffassung und begründet sein Urteil damit, dass der Name der Tochter, ihr Alter und die Tatsache der Adoption schon 2006 bis 2008 in der Presse genannt wurden und somit bekannt waren.
Daher seien die Daten auch weiterhin in der Öffentlichkeit präsent und im Internet zugänglich.

RAPIDSHARE UNTERLIEGT VOR DEM BGH

(Red.) Der Bundesgerichtshof in Karlsruhe hat jetzt die Begründung für sein Urteil in Sachen RapidShare vorgelegt.
In einem Musterverfahren zum Thema Internetpiraterie hatten der Börsenverein und die Verlage Campus und De Gruyter geklagt.
Beim BGH ging es um die Revision von RapidShare gegen ein Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg vom März 2012, welches mit der Entscheidung des BGH bestätigt wurde. Das Ergebnis der Entscheidung ist, dass der Sharehoster RapidShare wirksame Maßnahmen gegen die Nutzung illegaler Inhalte über seinen Dienst ergreifen muss.
Der BGH geht davon aus, dass RapidShare die Gefahr einer urheberrechtsverletzenden Nutzung durch eigene Maßnahmen gefördert hat.
In der Urteilsbegründung selbst heißt es: „Da die Beklagte (also Rapidshare, Anmerkung der Redaktion) durch eigene Maßnahmen die Gefahr einer rechtsverletzenden Nutzung ihres Dienstes fördert, obliegen ihr im Rahmen der Störerhaftung grundsätzlich weitgehende Prüfpflichten“.
Die Richter gehen noch weiter und stellen fest, dass sogar eine Gehilfenhaftung und damit gegebenenfalls auch eine Schadensersatzpflicht in Betracht kommen könne.

BUNDESKARTELLAMT GIBT GRÜNES LICHT

(Red.) Das dürfte die Springer-Beschäftigten von „Hamburger Abendblatt“ und „Berliner Morgenpost“ freuen, denn die Unsicherheit hat ein Ende.
Das Bundeskartellamt hat dem Verkauf der Springer Zeitungen von Springer an die Essener Funke-Gruppe zugestimmt. Für Springers Anzeigenblätter und die Frauentitel „Bild der

Frau“ und „Frau von heute“ gilt das Gleiche.
Das Kartellamt hatte für die Übernahme der Zeitungen keine Bedenken und als Begründung bei den Frauentiteln argumentierte das Amt, dass Funke zwar seine Marktanteile bei den Frauentiteln erhöhe, aber „auch künftig wesentlichem Wettbewerb ausgesetzt“ sei. Beim Verkauf von Springers Programmzeitschriften sehen die Wettbewerbshüter jedoch noch Probleme. Man ist der Meinung, dass hier eine starke Marktkonzentration entstünde, die zu einer Wettbewerbsverzerrung führen könnte.

PRESSE STEIGERT WERBEEINNAHMEN

Die Marktforscher von Nielsen Media Research (Hamburg) bescheinigen dem Anzeigengeschäft der deutschen Zeitungen und Zeitschriften eine „erfreuliche Entwicklung“. Im Vergleich zum Jahr 2012 seien die Brutto-Werbeumsätze im dritten Quartal 2013 „durchgängig“ um insgesamt 1,8 Prozent gestiegen. Der Trend hat sich damit umgekehrt Diese positive Entwicklung ist leider nicht in allen Verlagsbereichen zu spüren.

GULLIVEO KOOPERIERT MIT WELT DER WUNDER TV

Die Internetplattform Gulliveo arbeitet ab sofort eng mit der Fernseh-Redaktion „Welt der Wunder“ zusammen. Das hat Gulliveo – Geschäftsführer Jens Schröder im Zuge der Münchner Medientage mitgeteilt und sein neues Geschäftsmodell vorgestellt. „Jeder Anbieter von TV-Inhalten kann auf der Gulliveo – Plattform seine Produktionen vorstellen“ beschreibt Schröder sein Unternehmenskonzept. „Die hochgeladenen Inhalte können von klassischen TV-Sendern weltweit gekauft und direkt abgerufen werden“, so Schröder weiter. Das umfangreiche Archivmaterial der „Welt der Wunder – Redaktion“ steht ab sofort zur Ansicht und zum Verkauf bereit. Die Gulliveo Media Services GmbH ist ein Tochterunternehmen der Broadcast Technologies AG in Berlin und Unterföhring. TV-Sender können ihr gesamtes Rahmenprogramm aus dem Gulliveo-Netzwerk bestücken. Der Pool besteht aus Beiträgen von Filmschaffenden aus der ganzen Welt.

WILDLIFE PHOTOGRAPHER OF THE YEAR 2014

Seit 9. Dezember letzten Jahres werden zum 50. Mal in der Geschichte des Wettbewerbs Bewerbungen zum „Wildlife Photographer of the Year“ entgegengenommen. Zu gewinnen sind insgesamt umgerechnet ca. 60.000 Euro und die Chance, Teilnehmer an der Ausstellung im Natural History Museum in London zu sein – einer Ausstellung, die anschließend durch sechs Kontinente tourt.
Veranstaltet wird dieser größte Naturfotowettbewerb der Welt vom Londoner Natural History Museum in Kooperation mit BBC Worldwide. Die hundert besten Fotos des 2013 Wettbewerbs sind noch bis zum 23. März 2014 im Natural History Museum ausgestellt.
Einsendeschluss für den „Wildlife Photographer of the Year 2014“ ist der 27. Februar 2014.
http://www.nhm.ac.uk

NEUE AKKUFORMEN BEI LG

Die Tochter des südkoreanischen Elektronikkonzerns LG, LG Chem, bietet seit Monaten Akkus in gekrümmter Form an, und jetzt gehen auch stufenförmige Batterien in Serie. Kabel-Akkus werden in den nächsten Jahren folgen, teilte das Unternehmen mit. Derzeit bietet LG drei neue Akkuformen an. Seit Juli werden stufenförmige Modelle hergestellt, in denen im Prinzip zwei Flachbatterien in einen Akku integriert werden. Dadurch soll der Platz im Inneren ungewöhnlich geformter Geräte effizienter genutzt werden. Auch drei- und vierstufige Versionen sind geplant. Dabei sind diese neuen Batterien nur ein erster Schritt in die Zukunft; an der Entwicklung wasserfester und biegsamer Kabel-Akkus wird gearbeitet.

Ungewöhnliche Akkus für neue Möglichkeiten.

„EUROPAMEISTER IM ZEITUNGSLESEN“

Die Briten sind „Europameister im Zeitungslesen“. Das meldet der Branchendienst „Kontakter“ unter Verweis auf einen Bericht der britischen „Press Gazette“. Im Rahmen einer Studie wurden in 14 Ländern 30.000 Leser von 80 Tageszeitungen befragt. 70 Prozent der britischen Leser widmen demnach täglich mindestens 21 Minuten ihrer Zeitung. 30 Prozent lesen sogar länger als 41 Minuten. 63 Prozent sind der Meinung, dass ihre Zeitung ihnen einen guten Gegenwert fürs Geld bietet. Europaweit glauben das nur 39 Prozent. 79 Prozent der Leser in Großbritannien ziehen die gedruckte Ausgabe dem E-Paper vor. Etwas mehr als die Hälfte von ihnen glaubt übrigens, dass online publizierte Inhalte nichts kosten sollten. Auf Platz zwei in der Rangliste der europäischen Zeitungsleser liegen die Norweger. 56 Prozent der Befragten widmen demnach täglich mindestens 21 Minuten der Zeitung, 16 Prozent mindestens 41 Minuten. Welchen Stellenwert die Zeitungslektüre in Deutschland hat, geht aus dem Bericht leider nicht hervor.

TEXTE EINFACH FOTOGRAFIEREN

Mit dem Abbyy FotoReader gehört das Abschreiben von Texten der Vergangenheit an. Sie brauchen nur noch eine Digitalkamera. Zuerst den Text fotografieren, der bearbeitet werden soll. Dann wird das Bild auf den Rechner übertragen, auf dem der FotoReader installiert ist. Der wandelt den Text in gängige Formate wie Word, Excel, PDF oder HTML etc. um und ist leicht zu bearbeiten. Der Abbyy FotoReader speichert die Texte im Originallayout und erkennt diese in 184 Sprachen. Damit ist das Programm für Vielreisende ebenso geeignet wie für Studenten und Meeting-Teilnehmer.

PHOTOZOOM CLASSIC 5 AUF DEM MARKT

Die neue Software zum Vergrößern von Bildern ist seit kurzem im Handel. PhotoZoom Classic 5 optimiert auch ältere digitale Aufnahmen und ermöglicht bis zu 800fache Vergrößerungen. Dies entspricht einem Format von 2,54 x 2,54 Metern. Der Hersteller wirbt mit einer überar-

beiteten Benutzeroberfläche, die jetzt noch flexibler, übersichtlicher und leichter zu nutzen sei. Außerdem beinhalte die Version mehr und verbesserte Möglichkeiten zum Ausschneiden. Das Programm ist für Ausschnittvergrößerungen geeignet. Erstmals sei auch eine farbgetreue Vorschau möglich. Dabei würden genau die Farben angezeigt, die auch im Endergebnis vorliegen.

FOTOKARAOKE VON DIETER ZINN

Der Fotograf Dieter Zinn veröffentlichte einen neuen Bildband mit dem Titel „Fotokaraoke". In seinem neuen Buch geht es um die Bewusstheit und Wahrnehmungen von Bildern, über Gefühle und Realitäten. Der Betrachter wird Teilnehmer einer philosopischen Reise zu Selbstbildern, Fremdbildern, Sinnbildern und Vorbildern. Dieter Zinn hat in seiner Arbeit als Fotograf schon viele Menschen so in „Szene gesetzt", dass die Bilder bestimmte Kriterien erfüllen und mit ihrer Bildsprache beim Betrachter gezielte Reaktionen auslösen. Das Buch beschreibt auf feine Weise, wie innere und äußere Bilder unser Leben und unsere Identität prägen. Dieter Zinn, Fotokaraoke, „Wir sehen, was wir sehen", Mitteldeutscher Verlag, 248 S., geb., 148 x 210 mm, s-w-Fotografien

NEUER ANDROID-KIOSK BEI GOOGLE

Google kombiniert seinen RSS-Reader Google Currents und die Magazin-App Google Play Magazines zu einer Android-App, die kostenlose und bezahlte Inhalte aus Websites, Blogs und E-Mags vereint. „Google Play Newsstand" heißt die neue App international, in Deutschland ist sie unter dem Namen „Google Play Kiosk" zu finden. Wegen des angespannten Verhältnisses von Google und den deutschen Verlagen nach der Auseinandersetzung um das Leistungsschutzrecht, finden sich daher in Deutschland bislang nur frei zugängliche Nachrichtenquellen, deren Auswahl sich personalisieren lässt. Das Offline-Lesen vorher ausgewählter Artikel ist ebenfalls möglich. In der internationalen Version sind Zeitungen wie die „Financial Times", die „New York Times" oder das „Wall Street Journal" vertreten, daneben Magazine wie „Economist", „Rolling Stone" und „Vanity Fair".

„MAHLZEIT, DEUTSCHLAND" – NEUER FREELENS BAND

„Mahlzeit, Deutschland!" ist der Titel eines weiteren Buchprojektes des Fotografenverbandes FREELENS. 187 Fotografen haben im aktuellen Bildband auf 448 Seiten dargestellt, dass Essen mehr ist als die bloße Nahrungsaufnahme, es ist aller Anfang – denn das Kochen war der erste kreative Akt der Menschheit. Längst reden wir von „Esskultur" und „Kochkunst". Dort, wo Essen die Menschen trennt – die Fleischfans und Veganer, Christen und Moslems, Sportler und Couch-Potatoes, Ökos und Fast-Food-Freaks – geht es häufig um nicht weniger als die politische Seite der Esskultur. Gesundheitsfragen, Kritik an Nahrungsmittelkonzernen, verschiedene Standpunkte zu

Natur- und Tierschutz, fairer Handel mit Lebensmitteln und ökologischer Landbau trennen die Fraktionen. Essen kann Statussymbol sein, pure Notwendigkeit oder zum „Event“ stilisiert werden. Kein gesellschaftliches Ereignis kommt heute ohne Speis´ und Trank aus. Unsere Mahlzeiten sind ein soziales, kommunikatives Ritual. „Mahlzeit, Deutschland“, 39,90 Euro(D).

PRINT HAT DIE NASE VORN

Die Bedeutung internetfähiger und mobiler Geräte wie Smartphones und Tablets nimmt ständig zu. Die Deutschen bevorzugen nach wie vor die klassische Art und Weise der Mediennutzung, nämlich offline. Laut einer Studie von „MediaCT Tracker“ des Hamburger Marktforschungsinstitutes Ipsos lesen insgesamt 94 Prozent der Deutschen über 14 Jahren Bücher, Zeitungen oder Zeitschriften offline. Nur insgesamt 35 Prozent nutzen die entsprechenden digitalen Angebote. Die Studie beruht auf Telefoninterviews mit 1000 Personen über 14 Jahren. Mit einer Nutzung von 91 Prozent ist das Fernsehen das beliebteste Offline-Medium der Befragten. Auf Platz zwei folgt das Radio mit 84 Prozent. Acht von zehn Deutschen lesen Bücher und Zeitungen nach wie vor in gedruckter Form, 76 Prozent lesen bevorzugt Print-Zeitschriften.

NEUE DOMAINS AB SOFORT VERFÜGBAR

Ab sofort können bei www.united-domains.de neue Domains verbindlich vorbestellt werden. Die neuen Endungen für Firmen-Webseiten oder E-Mail-Adressen gelten dann ab Anfang 2014. Die alten Endungen wie „.com“ oder „.de“ bilden schon lange nicht mehr die Bedürfnisse der Nutzer ab, auch weil sie kaum mehr als Differenzierungsmerkmal taugen. Mit den neuen Wunschdomänen erhalten Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte und Dienstleistungen im Netz passgenauer zu präsentieren. 14 Domain-Endungen kosten 15 Euro pro Jahr.

- Anzeige -

Alles für die Fotografie

Brenner®

www.fotobrenner.de

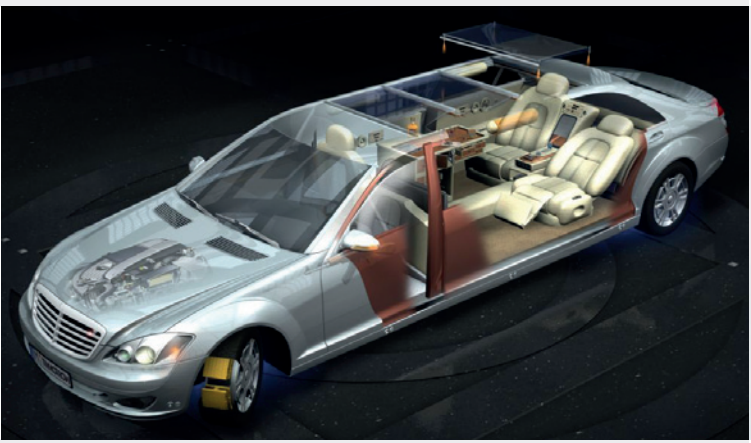
DIEKLEINERT VERSORGT ALLE BRANCHEN

Die Münchner Vermittlungsagentur für Illustrationen dieKleinert wurde 1989 gegründet. Das Familienunternehmen ist unter der Leitung von Jutta Kleinert kontinuierlich gewachsen und versorgt heute Werbeagenturen, Redaktionen, Buchverlage und Direktkunden mit individuellem Bildmaterial.

von Ulrich Philipp

Das Archiv der Agentur umfasst mehr als 80.000 vielfältige Illustrationen aus den Bereichen Comics, Cartoons, Karikaturen, Scribbels, Fotorealismus, Collagen, Freestyle, Kunst, Composing Vektorgrafiken und vielen weiteren mehr. dieKleinert ist damit einer der größten Anbieter in diesem Genre und die einzige Agentur dieser Größe im Bundesverband der Presse-Bildagenturen und Bildarchive (BVPA) in Deutschland. Ihre große Erfahrung und Kompetenz ist für ihre Kunden eine wertvolle Hilfe, von der Auswahl der Bilder bis zur Abwicklung des Verkaufs. Neben dem Archiv bietet dieKleinert ihren Kunden auch die Vermittlung zu den Illustratoren, um die Zusammenarbeit zu optimieren. So passen die Bilder je nach Stilrichtung oder Technik stets perfekt zum gewünschten Thema.

Schwerpunkte setzt die Agentur in den Bereichen Jahreszeiten, Sternzeichen, Business, Medien, Gesundheit, Architektur, Technik, Fantasy, Cover-Gestaltung, Romance, Western, Mode, Symbole, Kinderbuch-Illustrationen, historische Motive, Porträts, Landkar-



ten, Natur, Info-Grafiken sowie Figuren, z.B. Maskottchen. Am 1. Januar 2014 hat dieKleinert den Bestand von Licensegarden – Lizenz- und Mediengestaltung Dr. Reiner Weick übernommen. Der Karlsruher Anbieter arbeitete zusammen mit hochkarätigen Zeichnern und war spezialisiert auf die Produktion und Vermittlung von Cartoons, Comics und Karikaturen.

NACHLESE ZUR ZWEITEN MICROSTOCK-EXPO

Branchenführer gaben wertvolle Tipps

von Ulrich Philipp

Bruce Livingston bei seinem Einführungsvortrag

Die Veranstalter der zweiten Microstock-Expo, Lee Torrens und Amos Struck, können auf eine gelungene Veranstaltung zurückblicken. 212 Teilnehmer (das sind 62 Besucher mehr als bei der ersten Microstock-Expo) aus 37 Ländern waren am 16. und 17. November in das andel's Hotel in Berlin gekommen. Auf dem Programm standen Vorträge, Workshops und Diskussionsrunden rund ums Thema Microstock-Fotografie. Den Auftakt bildete iStockphoto-Gründer Bruce Livingstone. Er stellte fest, die Fotografen würden viel zu schlecht bezahlt und sollten auf keinen Fall weniger als 50 Prozent des Verkaufspreises akzeptieren. Zu seinem Geschäftsmodell befragt erklärte Livingston, sein Unternehmen versuche mit höchstens 500 Fotografen zusammenzuarbeiten und für diese bestmögliche Preise zu erzielen. Zum Thema Video-Produktion sagte Livingston, er habe „keinen Plan" was Videos beträfe, er wolle nur „eine Sache machen und die sehr gut". Bei der anschließenden Diskussionsrunde zum Thema „Microstock Strategy" gaben Vertreter der verschiedensten Agenturen Tipps, wie man als Fotograf erfolgreicher Geschäfte machen kann. Jean-Marie Guyon von Candybox-Images riet dringend davon ab, Kunden unrealistisch niedrige Preise anzubieten („Don't promise the moon for free".) Wichtig für Fotografen sei Termine einzuhalten, Aufnahmeorte rechtzeitig zu suchen und Anzahlungen einzufordern. Cathy Yeulet von Monkey Business Images brachte die Notwendigkeit von guten Kontakten zur Sprache

und verspürt immer mehr Druck, exklusiv zu sein. Der Australier Joshua Hodge von pixdeluxe stellte sich als Spross einer fotoverrückten Familie vor. Er schießt durchschnittlich zwischen 200-500 Fotos pro Woche, wobei es nicht so einfach sein dürfte, immer auch die gewünschte Qualität zu erreichen. („Quality versus Quantity"). Elnur Amikishiyev aus Baku in Aserbaidschan kann seit 2006 stetig steigende Produktionszahlen vermelden. Als Erfolgsfaktoren nennt Amikishiyev u.a. klar strukturierte Arbeitsabläufe und die Bereitschaft zu einem 12 Stunden Tag.

Der Auftritt von Kate Kholyavskaya (Pressfoto, Dragon Images) kann zusammengefasst werden unter der Überschrift „Warum Sie in Asien erfolgreich sein können." Kholyavskaya ist seit geraumer Zeit in Vietnam tätig, wo eine „wachsende Werbeindustrie immer mehr gute Bilder benötigt."

Zu den interessantesten Rednern zählte zweifellos der Top-Seller der Branche, Yuri Arcurs (PEOPLEIMAGES). Er stellte klar, dass Perfektion und hohe Qualität maßgebliche Erfolgsfaktoren sind. Auch kleinste Details zu beachten sei notwendig. „Lernen, Scheitern und wieder von vorne Anfangen" (learn, fail and try again) nennt er als eines seiner Prinzipien. Weiter ist für die Angestellten in seinem Unternehmen Klatsch strikt verboten. Der würde zu viel Energie von deren eigentlichen Aufgaben abziehen, erklärte Arcur. („We have zero toleran-

Links: Petri Rahja erläutert das Geschäftsmodell von Scoopshot. Rechts: Branchenprimus Yuri Arcurs gibt Einblicke in

Von links nach rechts: Yuri Arcurs, Scott Braut, Bruce Livingstone und Moderator Lee Torrens.

ce at gossip“) Nach weiteren Erfolgsfaktoren befragt, betonte der Branchenprimus, er würde außerdem niemals in Menschen mit wenig Energie investieren. Als eine der wichtigsten Aufgaben für die Zukunft betrachtet Arcurs ungelöste Service – Probleme, zum Beispiel bei der Bildersuche. Zum Thema Smartphone – Fotografie sagte Arcurs, er glaube nicht, dass sie die herkömmliche Fotografie jemals ablösen könne. Allerdings sei es in Zukunft nicht mehr notwendig, Fotografen für Shootings rund um die Welt zu schicken. Hier würden Smartphone – Fotografen in Zukunft verstärkt aktiviert werden können, beispielsweise durch Apps, die die Agenturen zur Verfügung stellen. Über sie können Fotografen auf der ganzen Welt beauftragt werden, bestimmte Bilder zu machen, die dann bereits nach wenigen Minuten im Internet abrufbar sind. Agenturen wie „The World of Pictures“ (TWOP) oder „Scoopshot“ arbeiten bereits nach diesem Prinzip. Auch Yuri Arcurs setzt auf dieses Geschäftsmodell und hat mehr als eine Million Dollar in „Scoopshot“ investiert. Dass die Fotografenverbände wie der „Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (BVPA)“ oder „Freelens“ nicht anwesend waren, zeigt möglicherweise, dass diese sich mit der Smartphone-Fotografie nach wie vor nur schwer anfreunden können. Ob diese Verweigerungshaltung auch ihren Mitgliedern auf Dauer dienlich sein kann, wird sich zeigen müssen.

die Unternehmensphilosophie.

Jochen Preuss

Frank Stöckel

Alfonso Gutierrez

Robert Kneschke

Lutz Fischmann

SMARTPHONE-FOTOGRAFIE

Die VISUELL-Redaktion hat bei den großen Verbänden und Branchenkennernum Stellungnahme zum Thema „Smartphone-Fotografie“ gebeten.

JOCHEN PREUSS, DEUTSCHER VERBAND FÜR FOTOGRAFIE:

Ich für meinen Teil gehe davon aus, dass wir am Anfang einer interessanten Entwicklung stehen. Die Menschen erfreuen sich immer, wenn sie einen besonderen Augenblick bildtechnisch dokumentieren können. Dazu nutzen sie Medien, die sie fast immer (Smartphones) dabei haben. Speziell die jüngere Generation, die „fast“ vollständig mit diesen Geräten ausgerüstet ist, wird darauf zurückgreifen. Sicherlich werden diese Geräte immer besser werden. Die Chips werden größer werden, die Optik verbessert, aber trotzdem wird es wahrscheinlich in absehbarer Zeit nicht gelingen, die großen DSLRs vom Markt zu verdrängen, da hier die Qualität auch noch nicht an ihrem Optimum angelangt ist. Was ich aber vermute, ist das langsame Wegbrechen der einfachen Digitalkameras, da man mit ihnen (noch) nicht ins Internet gehen oder telefonieren kann. Der Verbraucher verlangt „Kombi-Geräte“, eben Smartphones, die alle drei schon behandelten Bereiche abdecken.

FRANK STÖCKEL, BERUFSVERBAND FREIE FOTOGRAFEN UND FILMGESTALTER:

Die Spiegelreflexkamera ist tot, es lebe das Smartphone! Der Ausruf ist so sicher nicht haltbar.
Natürlich besitze ich ein Smartphone. Schon die Vorfreude auf dieses neue Telefon war bei mir 2007 sehr groß. Diese begründete sich damals erst einmal in der Hoffnung auf einfachere Kommunikation mit meinen Rechnern. Heute begleitet es mich im Alltag, ist immer dabei und speichert mittlerweile 3122 Fotos. Was sind das für Bilder? Ein großer Teil natürlich private Bilder, Familie, Urlaub, schöne Momente. Dann natürlich die Nutzung für den Job. Als Berufsfotograf suche ich Loca-

tions, fotografiere Deko und benutze es teils zusammen mit anderen Apps als Reminder und vieles mehr. Vor einigen Wochen haben wir sogar eine Leinwand mit einem iPhone-Foto bedruckt als Hintergrund für ein Interieurshooting im Studio in einer Größe von 6 x 3 Metern! Ich hätte nicht gedacht, dass das möglich wäre. Und das 4S hat ja noch nicht einmal die 41 Megapixel eines Lumia von Nokia. Doch geht es hier nicht eher darum, das technisch Mögliche nach Bedürfnissen des Marketings der jeweiligen Unternehmen im hart umkämpften Mobiltelefonmarkt nutzbar zu machen? Sind 41 Megapixel im Smartphone notwendig? (…)

Auf die heutige digitale Fotografie übertragen ist die entscheidende Frage also nicht die nach den Pixeln, sondern nach der späteren Verwendung des Bildes oder nach dem Konzept der Arbeit. Dem Konzeptgedanken folgt natürlich auch ein anerkannter Künstler wie Martin Parr, wenn er mit Smartphone-Bildern ganze Bücher oder Internetseiten der Hersteller bestückt. Ein oft zitierter Satz gilt auch hier wieder: Das gute Bild macht nicht die Kamera, sondern der Fotograf.

Die Arbeiten von Parr sind großartig, weil sein Konzept stimmt und er es gut umsetzt, sie werden aber nicht die Initialzündung für die Verdrängung der Spiegelreflexkamera sein. Die Smartphones mit ihren immer besser werdenden Kameras erobern auch im Fotomarkt einen immer größeren Stellenwert. Dem Marktsegment der kleinen Kameras für die Jackentasche haben sie den Garaus gemacht.

Die Spiegelreflexkamera in ihrer unschlagbaren modularen Systematik wird sicher weiter Bestand haben, und dies auch nicht nur unter den Professionals, sondern ebenso im Consumersegment und allem, was an Ansprüchen dazwischen liegt.

ALFONSO GUTIERREZ, CEPIC-PRÄSIDENT:

Der Präsident der Coordination of European Stock, Press and Heritage, (CEPIC), Alfonso Gutierrez, hat auf der Internet-Seite „Selling Stock“ die Meinung vertreten, es sei nach wie vor einfacher und billiger, in herkömmlichen Archiven nach Profi-Fotos zu recherchieren. Gutierrez will mit diesem Statement wohl darauf abheben, dass Anbieter von Smartphone-Fotos in Sachen Qualität oft nicht mithalten können.

ROBERT KNESCHKE, FOTOGRAF & BLOGGER:

Ähnlich hat sich auch der Fotograf, Blogger und Branchenkenner Robert Kneschke geäußert, der in der Smartphone-Fotografie ebenfalls keine dauerhaft starke Konkurrenz für das Fotografieren mit digitalen Spiegelreflexkameras sieht, wenn auch nicht aus Qualitätsgründen. In seinem Blog bezieht sich Kneschke auf verschiedene Agenturen und andere Unternehmen wie zum Beispiel CNN, die ihr Engagement in Sachen Smartphone-Fotografie wieder eingestellt haben. Er bringt zur Sprache, dass bei Bildagenturen für Smartphone-Fotos für viel Arbeit viel zu wenig bezahlt werde und selbst dieses wenige Geld kein sicherer Verdienst für den Fotografen darstelle. Fotografischen Laien, wie sie unter den Smartphone-Fotografen häufig zu finden seien, fehle zudem die Fähigkeit, mit einem Bild eine ganze Geschichte zu erzählen.

LUTZ FISCHMANN, GESCHÄFTSFÜHRER FREELENS, VERBAND FÜR FOTOJOURNALISTEN

Was nicht fotografiert wurde, hat nicht stattgefunden.

Am Abend des 28. Dezember, einem Samstag, sollen „30 bis 40 Autonome“ die Hamburger Polizeistation „Davidwache“ auf der Hamburger Reeperbahn angegriffen, Steine geworfen und einen Polizisten schwer verletzt haben, so die Pressestelle der Hamburger Polizei.

Dass diese Darstellung nicht der Wahrheit entsprach (wie später auch die Polizei zugeben musste) war eigentlich schon am gleichen Abend offensichtlich. Denn es gab kein Foto und kein Video von diesem „Angrif“ auf die Davidwache – und das auf der von Menschen am Samstagabend wimmelnden Reeperbahn. Es ist so weit: Nirgends auf der Welt kann etwas geschehen, was nicht sofort fotografiert oder gefilmt wird.

Kein Wunder, dass einige Fotoagenturen wie „Scoopshot“ oder „The World of Pictures“ sich mittlerweile auf diese Art der Fotografie, den Mobile Stock, spezialisiert haben. Erhalten sie doch so von allen Ereignissen – oder solchen, die von diesen „Fotografen“ dafür gehalten werden – verkaufbare Aufnahmen. Die technische Qualität spielt dabei eine untergeordnete Rolle – zudem wird sie in den kommenden Jahren zwangsläufig mit der Evolution der Smartphones steigen. Auch das Honorar, das die Bildlieferanten bekommen – wenn überhaupt – spielt keine Rolle. Die Währung, in der bezahlt wird, ist die Eitelkeit der Bildlieferanten, ihren Namen unter einem gedruckten Foto zu sehen.

Ob das gelieferte Foto tatsächlich das versprochene Ereignis wiedergibt ist vielfach auch nicht so wichtig. Wichtiger als die journalistische Sorgfaltspflicht ist heute meist die Schnelligkeit der Veröffentlichung, wie selbst die sogenannten Qualitätsmedien täglich unter Beweis stellen. Es entwickelt sich also ein Markt, wohl ein sehr kleiner, der vornehmlich von „Zeitzeugen“ gespeist wird. Kein Profi ist in der Regel zur rechten Zeit am rechten Fleck, um dem Amateur Konkurrenz machen zu können. Der Zug ist also, wie in einigen anderen Bereichen des Fotomarktes auch, für die Profis abgefahren. Das ist nicht weiter schlimm, denn leben kann niemand von dieser Fotografie – außer die Agenturinhaber.

Trotzdem nutzen auch die Profis ihre Smartphones exzessiv. Und hier zeigt sich, dass nicht allein der Besitz eines Werkzeuges reicht, um auch damit umgehen zu können. Was man mit einem iPhone anstellen kann, zeigte Joel Sternfeld in seinem Buch „iDubai“ oder die Fotografen des „Time Magazine“, die 2012 den Hurrikan „Sandy“ ausschließlich mit dem iPhone fotografierten. Eine dieser Aufnahmen wurde zum Titelbild des gedruckten Magazins.

Die beste Kamera bleibt die, die man dabei hat. Daran hat sich seit der Erfindung der Fotografie vor 175 Jahren nichts geändert.

PROIMAGEEXPERTS AUF DER MICROSTOCK-EXPO IN BERLIN

Im Zuge der Erfolgsgeschichte der digitalen Fotografie haben sich neue Geschäftsfelder entwickelt. ProImageExperts (www.proimageexperts.com) hat sich darauf spezialisiert, digitale Bilder und Videos am Computer zu bearbeiten.

(up) Auf der Microstock-Expo im vergangenen November in Berlin hat sich das Unternehmen vorgestellt. Sein Hauptsitz liegt liegt in den USA, in Cleveland, Ohio. Produktionsstandorte befinden sich aber auch in Indien. Motto des Unternehmens in Europa, Asien und den USA ist, die Erwartungen seiner Kunden zu übertreffen.

In Deutschland arbeiten die ProImageExperts mit etwa 300 Fotografen zusammen. Sucht ein Kunde beispielsweise einen Fotografen für eine Hochzeit, wird ein solcher von dem Unternehmen beauftragt. Der schießt dann von dem freudigen Ereignis je nach Absprache bis zu etwa 2000 Fotos und schickt sie zur weiteren Bearbeitung den ProImage-Computerfachleuten. Diese nehmen eine erste Sichtung vor, selektieren die die unscharfen und falsch belichteten Aufnahmen sowie diejenigen, auf denen die fotografierten Menschen rote Augen haben.

Übrig bleiben etwa 800 Fotos, die zurück an den Fotografen gehen. Der schaut sich mit seinen Kunden diese Auswahl an und selektiert weiter aus, bis etwa 100 Bilder übrigbleiben. Und diese werden dann im letzten Schritt von den Fachleuten bearbeitet. Beispielsweise werden störende Gegenstände wegretuschiert oder Bildausschnitte angefertigt. So erhält der Kunde zahlreiche perfekte Bilder nicht nur in erstklassiger Qualität, sondern auch mit den gewünschten Motiven.

Bernhard und Michael Grzimek bei Filmaufnahmen zum Film: Serengeti darf nicht sterben, 1958. Ein Zwerggalago (Galago demidovii) sitzt auf der Filmkamera.

DIE TOPAGENTUR FÜR NATURBILDER

60 Jahre OKAPIA – Begonnen hat die Geschichte der Frankfurter OKAPIA KG vor 60 Jahren mit zwei Dokumentarfilmen und einem tragischen Unglück.

von Björn Buxbaum-Conradi

Es war 1954, dem Jahr des deutschen Fußballwunders, als OKAPIA von Prof. Bernhard Grzimek und Sohn Michael aus der Taufe gehoben wurde, zunächst als Filmproduktionsfirma. Der Name nimmt Bezug auf den Erstimport eines Okapis in einen deutschen Zoo durch ‚die Grzimeks'. Nachdem „Kein Platz für wilde Tiere" bereits auf der Berlinale 1956 mit einem Goldenen Bären sowie einer Großen Goldenen Plakette ausgezeichnet wurde, avancierte „Serengeti darf nicht sterben" sogar zum ersten und einzigen deutschen Dokumentarfilm mit Oscar-Prämierung seit 1960.
Das bei den Dreh- und Forschungsarbeiten gesammelte Foto- und Filmmaterial wurde von OKAPIA archiviert und diente auch zur Bebilderung von Prof. Bernhard Grzimeks Publikationen und Fernsehsendungen von 1954- 1987. Auf diese Weise wurde die Basis für ein umfassendes Bildarchiv gelegt.
1959 kam Michael Grzimek bei den Dreharbeiten zu „Serengeti darf nicht sterben" bei einem Flugzeugabsturz ums Leben. Michaels Aufgaben in der Geschäftsführung von OKA-

PIA übernahm daraufhin seine Frau Erika Grzimek. Sie ist bis heute persönlich haftende Gesellschafterin.

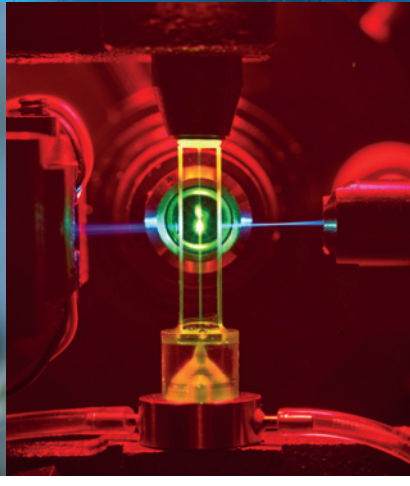
OKAPIA entwickelte sich im Lauf der Jahre zu einem der führenden Naturbildarchive Europas. Neben Material aus eigener Produktion wurden zunehmend Bilder renommierter Agenturfotografen wie Joan und Alan Root, Art Wolfe, Tom Bledsoe oder Norman Myers vermarktet, bis hin von Mitgliedern der Gesellschaft Deutscher Tierfotografen (GDT) und der amerikanischen NANPA.

Christian Grzimek, Sohn von Michael und Erika Grzimek, trat 1980 in die Geschäftsführung ein. Er sah seither viele technische Entwicklungen kommen und gehen: Das erste Faxgerät, das zunächst kaum mehr als vier Faxe pro Monat zu bewältigen hatte, den ersten Computer (1982), der lediglich dazu diente, Adressen und Lieferscheine zu erfassen, aber trotzdem 80.000 DM (EUR 40.000) kostete, und Mitte der 90er Jahre dann einen Trommelscanner, mit dem der Bestand nach und nach digitalisiert wurde und das papierlose Zeitalter seinen Anfang nahm. Wurden bis zur Jahrtausendwende Fotopäckchen noch mit dem Nachtzug zu den Zeitungsredaktionen geschickt, reichen heute wenige Klicks.

Aber nicht nur technisch hat sich vieles verändert, auch inhaltliche Schwerpunkte wandelten sich. Spätestens durch die Übernahme der Agenturen Save-Bild und Helga Lade um 2000 konnte das Bildangebot von OKAPIA um die gängigen Bereiche der Stockfotografie erweitert werden. Seither bietet OKAPIA die Vielfalt einer Universalbildagentur und ist gleichzeitig Spezialist in den Bereichen Wildlife, Wissenschaft und Medizin. In den letzten Jahren

Magnetresonanz-Tomographie MRT von Gehirn, Normalbefund. Darstellung von Großhirn, Zwischenhirn, Kleinhirn, Mandelkern orange und Hirnstamm, Falschfarbenaufnahme

Grauhörnchen (Sciurus carolinensis), Porträt, essend, Nahrungsaufnahme, Union Square Park, New York City, USA, Nordamerika



Oben li.: Taucher mit Weißbandputzergarnele (Lysmata amboinensis) in offenem Mund. Unterwasseraufnahme, Fidschi, Indopazifik. Oben re.: Zebraspring- oder Harlekinspringspinne (Salticus scenicus), Thüringen. Unten li.: Schwarzkopfmöwe (Larus melanocephalus), Männchen übergibt Weibchen ein Schneckengehäuse als Brautgeschenk, Frankreich. unten re.: Labormedizin, Blutuntersuchung, Zählung der Blutzellen in Analysegerät durch Laser.

wurden verstärkt Bildbestände internationaler Kooperationspartner eingebunden. Heute arbeitet OKAPIA mit mehr als 40 Partneragenturen und 600 Fotografen zusammen. Der Gesamtbestand beläuft sich auf über eine Million digitale Bilder, die alle online verfügbar sind. Damit der Spezialcharakter der Agentur auch in Zukunft weiterbesteht, wird dafür gesorgt, dass der Bestand stets durch neuestes Material aktualisiert und erweitert wird. Dabei setzt OKAPIA seit jeher auf wissenschaftlich ausgebildete Redakteure. Bestand hat Qualität und Qualität hat Bestand. Das ist OKAPIA auf den Punkt gebracht.Nebenbei sei noch angemerkt, dass das Leben von Agenturgründer Bernhard Grzimek just im Jahre des 60-jährigen Bestehens im Auftrag der ARD in Form eines Zweiteilers verfilmt wird.

www.okapia.de

www.fb.com/okapia

VERTRÄGE IN PAPIERFORM BEVORZUGT

Nur 15 Prozent der Bundesbürger wollen Verträge oder Rechnungen per E-mail bekommen.

Das hat eine Umfrage des Hightech-Verbandes BITKOM ergeben. Demnach wollen 81 Prozent ihre Dokumente weiter in Papierform erhalten. „Vor allem ältere Menschen vertrauen digitalen Dokumenten deutlich weniger als dem klassischen Papierbrief“, erklärte BITKOM-Vorstand Andreas Nowotka. Aber auch nur 24 Prozent der 18- bis 29-jährigen bekommen ihre Post lieber digital. Ein Hauptgrund für die Skepsis sind Sicherheitsbedenken. Jeder dritte Befürworter von Papierdokumenten befürchtet, dass beim digitalen Versand Unbefugte auf die Dokumente zugreifen können. 72 Prozent sehen keine Vorteile oder kennen kein geeignetes Ablagesystem. Vor allem Unternehmer setzen dagegen auf digitale Dokumente. Je nach Unternehmensgröße lassen sich mehrere tausend Euro Druck- und Versandkosten im Jahr sparen. Moderne Dokumentenmanagementsysteme erleichtern außerdem die Zusammenarbeit von Kollegen, unter anderem ,weil der Zugriff auch von unterwegs möglich ist, etwa über ein Smartphone.

CEPIC CONGRESS BERLIN 2014

WED. 4 JUNE TO SAT. 7 JUNE

Photo: akg-images / ullstein bild – CARO / Frank Sorge

WHY COME TO THE CEPIC CONGRESS IN BERLIN, 2014?

GERMANY is the leading economy in Europe. It is a world scale supplier and buyer of images, representing 10 % of the world picture market. It is a driver in IT technologies and picture business management solutions.

BERLIN is the on-trend creative capital of Europe, attracting talents from all over the world. It has two international airports. Accomodation is affordable.

The CEPIC CONGRESS is the largest event of its kind in the world. It is key to your business. The CEPIC Congress Berlin 2014 will feature its traditional large networking area on one floor and for three full networking days, exhibitors stands, business rooms and industry workshops, the annual industry party in the reknown Kalkscheune in Berlin-Mitte. New features include: company presentations in a fun environment, an exclusive client and picture buyer panel, a legal seminar on image theft, a photo show and more to come.

Register now!

Visit our website at wwww.cepic.org/congress to get updated.

CEPIC
Centre of the Picture Industry

imago
a l l e bilder

www.imago-stock.de / www.imago-sportfoto.de

Ein Bild aus der Zeit, als die Fotografie noch in den Kinderschuhen steckte. Foto: fotolia

175 JAHRE FOTOGRAFIE

(up) Die Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPH) veranstaltet vom 6. bis 8. März 2014 eine internationale interdisziplinäre Tagung zum 175-jährigen Jubiläum der Fotographie. Zum Thema „Missing Links & Forschungslücken“ sind hochkarätige Redner im Auditorium der Berlinischen Galerie angekündigt. Anhand von Fallbeispielen wird schlaglichtartig die Bandbreite des Mediums Fotographie aufgerufen, auch die Möglichkeit zur Diskussion wird gegeben sein.

Am Abend des 7. März wird im Rahmen des Symposiums der Kulturpreis 2014 der DGPH verliehen. Preisträger ist Prof. Dr. Gottfried Jäger, der als wichtiger Impulsgeber für die Fotographie seit den 1970er Jahren gilt. Prof. Dr. Bernd Stiegler von der Universität Konstanz wird die Laudatio halten.

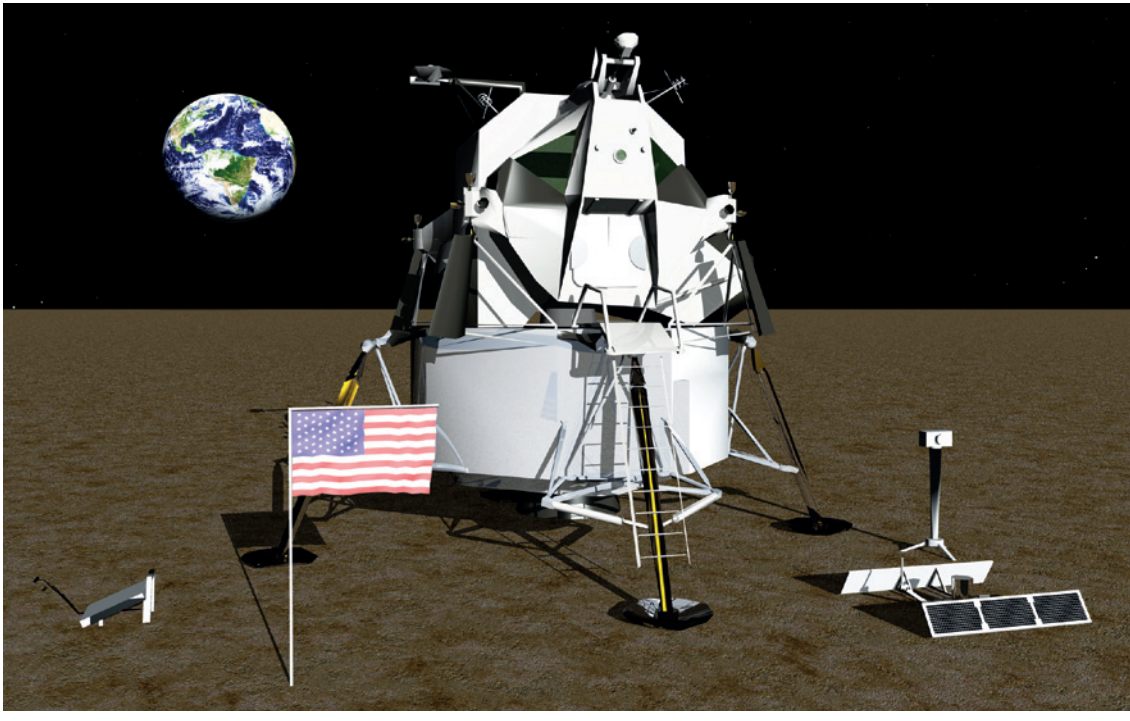
BILD DER WISSENSCHAFT: INTERNET VOR ERBGUT & MONDLANDUNG

Das World Wide Web gilt als wichtigster technologischer Durchbruch der letzten 50 Jahre. Das ist das Ergebnis einer Expertenumfrage in Deutschland, die die Zeitschrift „bild der Wissenschaft“ veröffentlicht hat.

Der Nachweis, dass die Erbsubstanz in jedem Lebewesen gleich funktioniert, folgt auf Platz zwei und erst auf Platz drei folgt die Mondlandung in der Rangliste der Meilensteine in Forschung und Technologie.

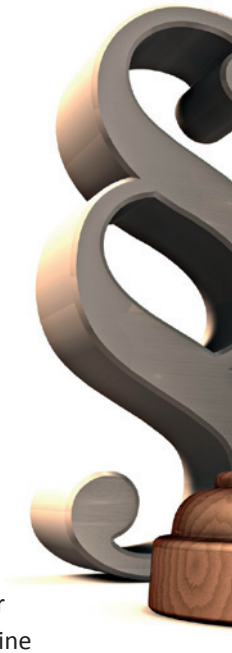
Die Redaktion von „bild der Wissenschaft“ hat anlässlich des 50-jährigen Bestehens des Blattes rund 170 Experten befragt. Das World Wide Web gewann mit großem Abstand. Dessen Entwicklung wurde ab 1989 maßgeblich vorangetrieben durch den Briten Tim Berners-Lee.

Das „bild der Wissenschaft“ erscheint monatlich und wurde von dem Astrophysiker und Wissenschaftspublizisten Prof. Dr. Heinz Haber im Jahr 1964 begründet. Das Blatt gehört zur Konradin Mediengruppe und hat derzeit eine Auflage von 83.000 Exemplaren, darunter 58.000 Abonnenten.



Blick vom Mond auf die Erde. Foto: fotolia

KEIN SCHADENERSATZ FÜR EIN FOTO AUF ZWEI WEBSEITEN



Das Amtsgericht Düsseldorf (AG Düsseldorf, Urteil vom 09.07.2013, Az. 57 C 14411/12) hat sich mit der Frage beschäftigt, ob ein Schadenersatz zu zahlen ist, wenn ein durch einen Fotografen zur Verfügung gestelltes Bild auch unter einer zweiten Domain bei dem Kunden abrufbar ist.

von Tim Hösmann

Im Ergebnis hat das Gericht diesen Anspruch verneint, da im Zweifel der erlaubte Nutzungsumfang durch die AGB des Fotografen nicht überschritten wird, wenn die Webseite mit einer zweiten Domain adressiert wird.

In dem zugrunde liegenden Fall hatte ein Fotograf / Designer für einen Kunden eine Webseite zu einem Festpreis erstellt und zudem selbst erstellte Fotos für den Internetauftritt des Kunden zur Verfügung gestellt.

In den AGB des Fotografen hieß es wörtlich:

„Der Designer überträgt dem Auftraggeber die für den jeweiligen Zweck erforderlichen Nutzungsrechte. Soweit nichts anderes bestimmt ist, wird jeweils das einfache Nutzungsrecht übertragen…" „Werden die Entwürfe später oder in größerem Umfang als ursprünglich vorgesehen genutzt, so ist der Designer berechtigt, die Vergütung für die Nutzung nachträglich in Rechnung zu stellen, bzw. die Differenz zwischen der höheren Vergütung für die Nutzung und der ursprünglich gezahlten zu verlangen."

Nach Vertragsschluss ordnete der Kunde seinem Internetauftritt eine weitere Domain zu.

Der Fotograf forderte für diese 2. Domain einen Zuschlag für die weitere Nutzung der Bilder.

Das Gericht verneinte einen Zuschlag für die Nutzung der Fotos auf der 2. Domain, da diese Übertragung noch vom Vertragszweck umfasst sein.

Was genau der jeweilige Vertragszweck ist, ergibt sich entsprechend §§ 133, 157 BGB aus Treu und Glauben unter Berücksichtigung der Verkehrsanschauung im Zeitpunkt des Vertragsschlusses (Schricker / Loewenheim UrhG § 31 Rn. 89).

Das Gericht führt diesbezüglich zur Begründung aus: Somit ergibt sich der Vertragszweck nicht lediglich aus dem Umfang dessen, was

dass dem Auftritt lediglich eine Domain zugeordnet werden wird; vielmehr ist der Vertrag dahingehend auszulegen, dass die Klägerin durch den Vertragsschluss in die Lage versetzt werden sollte, einen Internetauftritt zu erlangen und diesen in gemäß Verkehrsanschauung üblicher Art und Weise zu nutzen. (…)
Zur üblichen Art und Weise der Nutzung eines Internetauftritts gehört auch die Ermöglichung des Zugangs über zwei Domains, denn es ist für Firmenhomepages marktüblich, dass Anbieter von Webhosting bereits im Grundpreis die Zuweisung von zwei Domains ermöglichen.

zur Erstellung eines Internetauftrittes zwingend erforderlich ist, nämlich lediglich eine Domain; sondern nach dem, was die Verkehrsanschauung üblicherweise unter einem Internetauftritt versteht. Das Wort „Internetseite“ ist gleichbedeutend mit einer bestimmten Webseite, die üblicherweise – auch dann, wenn mehrere Domains auf sie verweisen – im Rechtsverkehr mit einer bestimmten Hauptdomain, hier www.[…].de bezeichnet wird (…).
Die Verwendung einer konkreten Webadresse im Zusammenhang mit dem Wort „Internetauftritt” trifft also keine Aussage darüber, dass die Vertragspartner davon ausgegangen sind,

ANMERKUNG RECHTSANWALT HOESMANN

Fotografen sollten bei dem Abfassen ihrer AGB und Verträgen darauf achten, genau zu klären, wie der Kunde das Foto nutzen darf. Denn üblicherweise kann für die Verwendung des Bildes auf einer 2. Domain eine zusätzliche Gebühr verlangt werden. Hier waren aber die AGB nicht eindeutig, sodass keine zusätzliche Gebühr verlangt werden durfte. Wenn Sie Fragen zu dem Thema haben, steht Ihnen Rechtsanwalt Hoesmann gerne zu Ihrer Verfügung.
www.hoesmann.eu

NEUGIERIGE APPS

Apps auf unseren Smartphones greifen oft auf mehr Daten zu, als sie für ihre Funktion brauchen. Aber warum muss beispielsweise ein Taschenlampen-App seinem Entwickler melden, wo der Nutzer eine Lichtquelle braucht?

(up) Oder warum muss die Navigator-App der Deutschen Bahn das Adressbuch seines Anwenders auslesen? Dies scheint ebenso überflüssig wie die Tagesschau-App oder ein Barcodescanner, die den Standort des Smartphone-Nutzers abfragen. Und liest eine App zum Finden von Restaurants die Geodaten ausschließlich, wenn sie aktiviert ist?

Ein Aspekt des Datenschutzproblems ergibt sich zudem aus der Nutzung der Spracherkennung, mit der die meisten Smartphones ausgerüstet sind. Garantiert beispielsweise der Entwickler einer Wecker-App die auf Sprachbefehle hört, dass Geräusche nur dann aufgezeichnet werden, wen der Alarm losgeht? Kritisch wird es, wenn Apps miteinander kommunizieren. Die permanent eingeschaltete Ortung des Handys, eine unbewusst aktivierte Spracherkennung kombiniert mit dem Zugriff auf Adressbuch und Kalender machen das geheime Kundenmeeting unter Umständen öffentlich.

„Besonders bedenklich ist, dass die Datenerhebung für den Nutzer oftmals gar nicht erkennbar ist“, sagte Peter Schaar, der Bundesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit. Apple hat inzwischen auf die Datenschutzprobleme reagiert. Im neuen mobilen Betriebssystem iOS7 müssen Apps, die auf das Mikrofon zugreifen und Umgebungsgeräusche aufzeichnen wollen, aktiv um Erlaubnis dafür fragen. Auch die Geräteortung kann der Smartphone-Nutzer in Zukunft leichter einschränken. Grundsätzlich fragt Apple die einzelnen Zugriffsberechtigungen nach der Installation der Apps ab. Bei Googles Android-Betriebssystem wird der Nutzer zwar darauf hingewiesen, was die Apps alles einsehen wollen, aber Befugnisse können nicht selektiv aktiviert werden.

Eine sehr gute Lösung bietet die Softwareanwendung Clueful. Sie informiert gezielt darüber, welche App auf welche Daten zugreift. iOS-Nutzer können Clueful aber nur browserbasiert nutzen, weil Apple das Programm wieder aus seinem App-Store aussortiert hat. Ob dem Unternehmen Clueful zu entlarvend war?

AXEL SPRINGER SYNDICATON STARTET OPERATIVES GESCHÄFT

Axel Springer wird in Zukunft alle Lizenzierungs- und Recherchedienstleistungen aus einer Hand anbieten. Deshalb wurden im letzten Jahr der Bereich Infopool Text und die Bildagentur ullstein bild zusammengeführt, die jetzt unter dem Namen Axel Springer Syndication im Verbund auftreten.

(up) Die Axel Springer AG reagiert mit diesem Schritt auf veränderte Anforderungen ihrer internen und externen Kunden. Nach einer mehrere Monate andauernden Phase des Changemanagements hat das neue Unternehmen seit kurzem das operative Geschäft aufgenommen. Seit dem 1.11.2013 ist Oliver Hamann als „Head of Sales“ bei der Axel Springer Syndication tätig. Hamann hat im Jahr 1994 die ASA Fotoagentur gegründet, die er 10 Jahre später an die dpa Picture Alliance verkauft hat. Zu seinen beruflichen Stationen gehören seine Tätigkeit als Sales Director bei Getty Images in München sowie seine Beschäftigung als Vertriebsleiter beim Sport Informations Dienst (SID) in Köln und der dapd Nachrichtenagentur.

Geschäftsführer von Axel Springer Syndication ist Torsten Hoch, der bisherige General Manager von Infopool Text. „Die Nachfrage nach kombinierten Angeboten aus Text, Bild und verstärkt auch aus Bewegtbildern hat in den letzten Jahren zugenommen. Mit Axel Springer Syndication können wir schneller und flexibler Kundenwünsche erfüllen und neues Marktpotential erschließen. Wir wollen mit unseren Inhalten nicht nur die herkömmlichen Medien

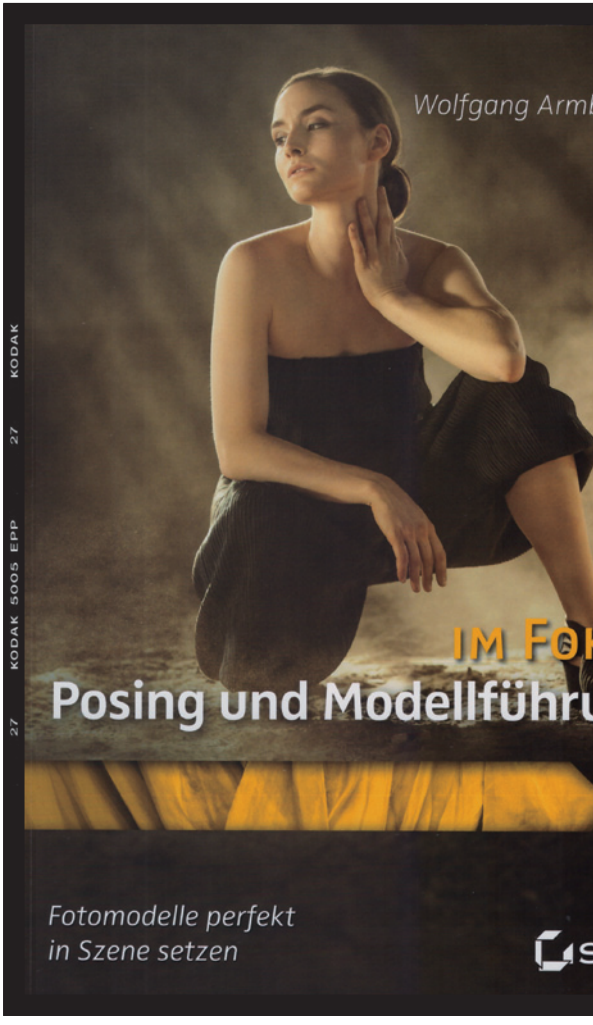
Links: Oliver Hamann, Head of Sales. Rechts: Torsten Hoch, Geschäftsführer der Axel Springer Syndication

erreichen, sondern auch Nachrichtenagenturen und Blogger“, erklärte Pit Gottschalk. Er ist verantwortlich für das Content Management bei Axel Springer und zusätzlich weiterer Geschäftsführer bei Axel Springer Syndication. Der langjährige Geschäftsführer Frank Frischmuth ist bereits im April vergangenen Jahres ausgeschieden.

Axel Springer Syndication GmbH,
Schützenstraße 15 / 17, 10117 Berlin,
www.as-infopool.de,
www.ullsteinbild.de

+++ BUCHVORSTELLUNGEN +++

POSING UND MODELLFÜHRUNG



(up) Wie man Modelle ins beste Licht setzt zeigt der Fotograf Wolfgang Armbruster in seinem Buch „Posing und Modellführung“. Welche Posen haben welche Wirkung? Wie wird ein Modell angeleitet, damit es die Bildidee umsetzen kann? Und woher bekommt man überhaupt Ideen? Auf diese und andere Fragen gibt das neue Werk von Armbruster Antworten. Er zeigt, wie man Studio- und Outdoor-Shootings optimal vorbereitet. Tipps zur Lichtsetzung und Nachbearbeitung vervollständigen die Sammlung an guten Ratschlägen für das optimale Foto. „Ob Beauty-, Fashion-, Business-, Charakter- und Aktaufnahmen – so gewappnet setzen Sie Ihre eigenen Bildideen erfolgreich um“ – heißt es in dem Klappentext. Wolfgang Armbruster ist selbstständiger Fotograf und verfügt über jahrelange Erfahrung, die er unter anderem in Workshops weitergibt. Außerdem ist er Autor in einem der erfolgreichsten deutschsprachigen Foto-Blogs www.blendwerk-freiburg.de „Wolfgang Armbruster; Posing und Modellführung im Fokus – Fotomodelle perfekt in Szene setzen“ ISBN: 978-3-527-76036-7; Paperback, 26.99 Euro

NEU 2014: E-MAIL-MARKETING

Dieses Buch bietet auf 900 Seiten sowohl Einsteigern als auch Praktikern des E-Mail-Business Ideen und Anregungen. Der Autor René Kulka vermittelt detailliertes Know-how, das alle Facetten zeitgemäßen E-Mail-Marketings berücksichtigt. Professionelles E-Mail-Marketing ist eine moderne und gute Marketing-Disziplin. Newsletter und Kampagnenmails bieten messbar große Erfolge. Erfolgreich ist E-Mail-Marketing nur, wenn man eine Vielzahl von Regeln beachtet. Denn so interessant das Medium auf der einen Seite ist – zugleich sind E-Mails häufig auch ein Ärgernis für den Empfänger. Der Autor er-

klärt, wie Sie im E-Mail-Kanal erfolgreich agieren und Kundenbeziehungen weiterentwickeln – ohne den Abonnenten auf die Nerven zu gehen.

Das Buch erschien im mitp Verlag und ist im Buchhandel zum Preis von 49,95 € zu beziehen. Sie können es aber auch über den PIAG Buchshop erhalten, wo Sie weitere Fachbücher finden.

bestellung@piag.de

„WEITSPRUNG“ FÜR NACHWUCHSFOTOGRAFEN

Vertreter von vier erstklassigen Hamburger Fotoagenturen begutachten im April beim „Weitsprung“ -Nachwuchswettbewerb wieder die Werke von Nachwuchsfotografen und geben wertvolle Tipps.

(up) Der Mappensichtungs-Event ist einer der größten in Deutschland und findet zum zweiten Mal statt. Die Profis von „Jung von Matt“, „Kolle Rebbe“, „Scholz & Friends“ sowie „thjnk“ kennen die Herausforderungen des Berufsalltags. Durch ihre Erfahrung und ihr Urteil wird „Weitsprung“ zu einem wertvollen Beratungs- und Networking-Event für Berufseinsteiger. Die Eigenvermarktung spielt bei diesem Job eine wichtige Rolle und „wir erleben es oft, dass es jungen, talentierten Fotografen schwerfällt, ihre Arbeiten professionell zu präsentieren“, erklärt Alice Feja von „Kolle Rebbe“. „Die Nachfrage nach solch einer unverbindlichen Beratung ist riesig“ betont Susanne Nagel von „Jung von Matt“. Das beweisen auch die mehr als 300 Bewerbungen im vergangenen Jahr.

Susanne Kastner-Linke von „thjnk“ erklärt, es sei schon eine kleine Entblößung, die von den Nachwuchsfotografen erwartet würde. Diese falle umso leichter, je sicherer man sich fühle. Den Teilnehmer erwartet aber eine offene und ehrliche Beurteilung auf Augenhöhe. Kerstin Mende von „Scholz & Friends“ ergänzt, dass

Foto: fotolia

mit etwas Glück am Ende schon etwas mehr herauskommt. „Für einige ergeben sich konkrete Jobs, der nächste bekommt detailliertes Feedback, was er an seiner Mappe noch machen sollte und der Dritte lernt vielleicht eine Fotografenrepräsentanz durch uns kennen“, erklärt Mende.

Bewerben konnten sich alle Fotografen und Fotografinnen. Auch diejenigen, die sich noch in der Ausbildung befinden. Das Höchstalter wurde auf 35 Jahre heraufgesetzt. Bewerbungsschluss war der 31. Januar 2014.

+++ SERVICEGUIDE +++

ANWÄLTE

PLZ

Rechtsanwalt Alexander Koch, Autor von „Handbuch zum Fotorecht“, Sächsische Straße 63, 10707 Berlin, Telefon 030 88675321, E-Mail: post@rakoch.de — 1

Scheel-Pötzl Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht, Museumstraße 31, 22765 Hamburg, Telefon 040 399 247 30, Fax 040 399 247 28, E-Mail: kanzlie@poetzl-recht.de, www.poetzl-recht.de. — 2

KSP Kanzlei Dr. Seegers, Dr. Frankenheim Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Kaiser-Wilhelm-Straße 40, 20355 Hamburg, Telefon 040 45065-696, E-Mail: medien@ksp.de — 2

RA David Seiler, www.fotorecht.de, Damaschkeanger 186, 60488 Frankfurt am Main — 6

BILDBESCHAFFUNG (Artbuyer, Bildredakteure)

Bildredaktion Hamburg. Freier Bildredakteur, Art Buyer und Fotograf, übernimmt Aufträge bundesweit. Schnell. Professionell. Und mit dem Blick für wirklich gute Fotografie. Diplom-Kommunikationsdesigner Bob Heinemann, mail@bobheinemann.de, Tel. 0171 9338265, www.bildredaktion-hamburg.de — 2

Internationale Recherchen für Bild – bei Bedarf inkl. Text. Claudia Gossmann, Hamburg, Tel. 040 43099753, Mobil 0151 12885956, E-Mail: cgossmann@weltbuero.eu, www.weltbuero.eu — 2

Picture Worx – international erfahrene Bildredakteurin bietet Bildredaktion, -beschaffung, -konzeptentwicklung, Fachseminare, Vorträge, www.picture-worx-koeln.de — 4

Red.Sign GbR – Anja Schlatterer, Alexander str. 171, 70180 Stuttgart, www.redsign.de, Bild redaktion, Grafik, Redaktion. Tel. 0711 620083-66, E-Mail: anja.schlatterer@redsign.de — 7

www.Freie-Bildredakteure.de – Vermitteln deutschlandweit Bildredakteure an Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen. E-Mail: office@freie-bildredakteure.de, Tel. 08234 809840 — 8

FOOTAGE

ClipDealer – lizenzfreie Footage Clips in diversen Auflösungen zum Fixpreis und sofortigen Download. www.clipdealer.de — 8

Stockfood GmbH – Lizenzfreie Footage Clips rund um das Thema Essen, Trinken, Lifestyle für Online-Projekte bis Kinoproduktionen. Stockfood GmbH, Tumblingerstr. 32, 80337 München. Tel.: 089 74720242, www.stockfood.com — 8

FOTOGRAFEN (Auftragsfotografen, Bildjournalisten, Werbung)

www.schunk-fotografien.de – Eigene Fotografien zu verschiedenen Bildthemen zum Ansehen, Kennenlernen, Kontakten usw. E-Mail: horst.schunk@t-online.de — 9

www.LeoHimsl.com – Werbefotografie, Sportmode, Actionsports, Tourismus, Wellness, E-Mail: office@leohimsl.com, Tel.: 0043 (0) 7752 71 442 — A-4

Illustratoren

www.illudirectstockillustrations.com – Derzeit 3.500 Bilder von internationalen Künstlern von höchster Qualität. Mit Links zu den verschiedenen Webseiten unserer Illustratoren, Spezialaufträge werden übernommen. E-Mail: info@illudirect.com, Tel.: 0031 – 654 725222, Casparuslaan 505, 1382 KR Weesp, NL. — NL-1

+++ UMZÜGE/UMBENENNUNGEN +++

ARCHIV ZAURITZ

(Red.) Das Archiv Zauritz, bekannt für beeindruckende Bilder, faszinierende Portraits von nationalen und internationalen Stars, Politikern und Persönlichkeiten sowie überraschende Reportagen, ist umgezogen. Die neuen Kontaktdaten lauten: Archiv Zauritz, Baerwaldstraße 41, 10961 Berlin. Kontakt: Frank Zauritz, Tel: 0172/3854419, E-Mail: office@frankzauritz.de

INSIGHT MEDIA IN NEUEN RÄUMEN

Die Hamburger Presseagentur InSight media, die sich auf Entertainment spezialisiert hat, ist umgezogen. Jetzt: InSight media GmbH, Wendenstr. 309, 20537 Hamburg, Deutschland.
Neben einer zunehmenden Anzahl eigener Produktionen im Inland vertritt InSight media mehr als 30 Fotografen und Agenturen aus aller Welt, vornehmlich aus den Metropolen der Stars in den USA, England und Frankreich. Bei ausgewählten Großevents, etwa den Filmfestspielen in Cannes, ist InSight media mit eigenen Fotografen vor Ort. Ein weiterer Schwerpunkt der Agentur sind die Königshäuser. Die täglichen Aktivitäten der Royals werden von Agenturen und Fotografen vor Ort abgedeckt. Kontakt: Sales Team, Tel.: 040/8060194-0, Fax: 040/8060194-29, sales@insightmedia.eu

BILDAGENTUR24 MIT NEUER ADRESSE

Die Bildagentur24, ein offener Marktplatz für lizenzfreies und lizenzpflichtiges Bildmaterial hat eine neue Adresse: Bildagentur24, Heckenweg 10, 75417 Mühlacker, Kontakt: Tel. 07042/8184434, Fax 07042/ 8184435, info@bildagentur24.com, www.bildagentur24.com

UMFIRMIERUNG

Die Axel Springer AG ist in eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea/SE) umgewandelt worden. Damit hat sich auch der Firmenname geändert. In Zukunft heißt das Unternehmen Axel Springer SE. Das bedeutet für alle Betroffenen, dass in Zukunft bei der Korrespondenz unbedingt die korrekte Bezeichnung verwendet werden muss. Diese lautet: Axel Springer SE, Axel-Springer-Straße 65, 10969 Berlin, Co Brieffach 8951, 20350 Hamburg

NEUES VOM BVPA

Die Informations- und Networking-Veranstaltung PICnight heißt ab sofort PICTAnight. Der Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (BVPA) will damit sein Eventkonzept begrifflich näher an die erfolgreiche Bildagenturmesse PICTAday rücken. Wie diese, versammelt auch die PICTAnight die Bildbranche unter einem Dach, mit wechselnden Infoschwerpunkten

Titelbild

Das Titelbild sowie die Fotoreporatage vom Münchner Oktoberfest auf Seite 90 dieser Ausgabe von SMART PHOTO DIGEST /VISUELL hat der Sportfotograf Alexander Hassenstein aus Erding geschossen. Er ist 43 Jahre alt und hat die „Wiesn“ im vergangenen Jahr mehrmals besucht. Dabei hat er mit seinem iPhone 5 immer wieder die schönsten Motive fotografiert und sie auf dem nach Hause Weg in der S-Bahn mit der App Snapseed bearbeitet.

Titelbild VISUELL

Das VISUELL-Titelbild zeigt die Via ferrata sportive, Gorges de la Durance in den französischen Alpen. Heike Matzkuhn aus Heidelberg hat es fotografiert. Sie Sie liebt es zu reisen und war unter anderem ein Jahr lang zu Fuß, mit dem Fahrrad und mit dem Bus in Asien unterwegs.

IMPRESSUM

SMART PHOTO DIGEST+VISUELL
Herausgeber: Dieter Brinzer

Verlagsanschrift:
Presse Informations
Aktiengesellschaft (PIAG)
Rathausplatz 7
76532 Baden-Baden
www.piag.de, office@piag.de
Tel. + 49 (0) 7221 301 75 60
Fax + 49 (0) 7221 301 75 70

Redaktion SMART PHOTO DIGEST:
Timo Stoppacher
Jahnstraße 9, 51147 Köln,
Tel.: +49 (0) 2203 5693323,
E-Mail: ts@smart-photo-digest.de

Redaktion VISUELL:
Dieter Franzen, Dr. Ulrich Philipp,
Ulla Baum, Dieter Brinzer

Ständige Mitarbeiter:
Heiko Fischer, Thorsten Winkler,
Bettina Blaß, Heike Rost

Weitere Autoren dieser Ausgabe:
Markus Siek, Manou Wahl,
Ralf Schellen, Sandra Boerma,
Björn Buxbaum-Conradi

Marketing/Anzeigen:
Manfred Gabriel
Tel.: + 49 (0) 7223 801 43 74
Marion Wittmann
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60
E-Mail: anzeigen@piag.de
Mediendaten unter www.piag.de
(SMART PHOTO DIGEST+VISUELL)

Bezugskosten:
Deutschland als PDF 20,00 EURO
Inland: Print mit viermaligem
Versand/Jahr: 23,60 EUR,
Übriges Europa (4x): 32,00 EUR
Kiosk-Verkauf: 5,90 EUR,
Einzelversand inkl. Porto: 6,90 EUR
Verlängerung automatisch, soweit
nicht 6 Wochen vor Ablauf des
Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Bestellung:
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60
Einzelhefte, Abos, Fachbücher
E-Mail: bestellung@piag.de

Bank: Postbank Karlsruhe,
BLZ 660 100 75,
Kto.-Nr.: 2745 4756
IBAN DE18 6601 0075 0027 4547 56
BIC (SWIFT) PBNKDEFF

Grafik: Inka Carolin Zellner,
Arbon (CH)
E-Mail: inka_zellner@gmx.ch
Lektorat: Ulla Baum
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60

Erscheinungsweise:
SMART PHOTO DIGEST+VISUELL
erscheint vierteljährlich.
Die nächste Ausgabe erscheint am
15. Mai 2014. Musterseiten können
Sie unter Angabe des Namens und
der E-Mail-Adresse beim Verlag
kostenlos anfordern.

Copyright:
Alle Beiträge sind urheberrechtlich
geschützt. Nachdruck (Text/Bild)
nur mit schriftlicher Genehmigung
des Verlags.

Vertrieb:
IPS Pressevertrieb GmbH
Postfach 1211
53334 Meckenheim
Tel.: + 49 (0) 2225 70850
– sowie bestellung@piag.de
www.smart-photo-digest.de
facebook.com/SmartPhotoDigest

VORSCHAU

Die nächste VISUELL erscheint am 15. Mai 2014.
Darin finden Sie u.a. folgende Themen:

VG Bild Kunst

Sind Sie schon Mitglied?

Prominentenrechte 2014

Greenlight repräsentiert seit
Neustem John Wayne.

Fotohonorare 2014

Die tatsächlich bezahlten Preise.

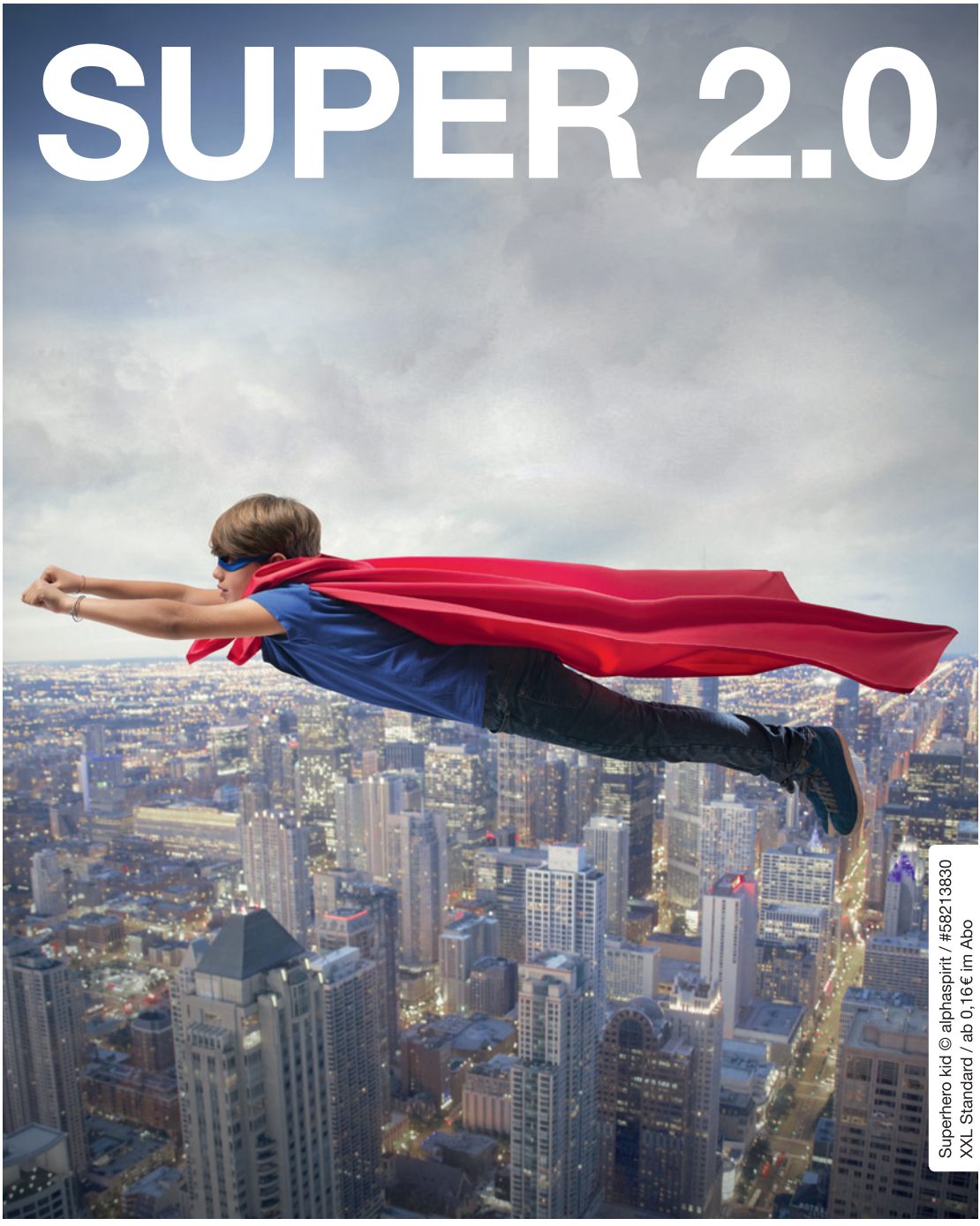
SMART PHOTO DIGEST- & VISUELL-Leser haben gemeinsame Interessen

Das neue vereinte Print- und Onlinemagazin geht regelmäßig an 13.000 Erstbezieher und wird zusätzlich über den Zeitschriftenhandel angeboten.

Das Copyright und die damit verbundenen Rechtsfragen gelten für alle Bildmotive, sowohl für Illustrationen als auch Fotos.
Der Bildautor hat alle Rechte, und es spielt keine Rolle, ob die Aufnahmen mit einer Digital-, einer Lochkamera oder dem Computer hergestellt wurden.

E-Mail: Bestellung@piag.de
Kioskverkauf 5,90 €, Jahresabo Inland 23,60 €

SUPER 2.0



Superhero kid © alphaspirit / #58213830
XXL Standard / ab 0,16€ im Abo

Europas Nr. 1 kreative Ressource.
26 Mio. lizenzfreie Fotos, Videos und Vektoren. Im Abo ab 0,16 €.
Tel. +49 (0)30 208 96 208 | www.fotolia.de

fotolia